Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos

Convenio

Comfenalco Antioquia

La casa de todos
Centro de Desarrollo Cultural de Moravia

La Tercera Mirada

Plan Estratégico del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia 2019 - 2030

Diciembre de 2018

>> CONTENIDO

Para comenzar 3

Hacia dónde van los Centros Culturales 4

Elementos estratégicos 7

Misión 7

Visión 7

Naturaleza del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia 9

¿Cómo contamos el CDCM? 10

Líneas Narrativas 11

Formas para narrarlo 12

Ejes narrativos transversales 12

Prioridades estratégicas del CDCM 14

Ecología de la estrategia: consolidación del Modelo estratégico y operativo 14

Fortalecimiento del mapa relacional 16

Cocreación, mediación y circulación de contenidos 17

Gestión del conocimiento y acceso a la información 18

Orientación estratégica 20

Impactos, metas y acciones 22

Propuesta de valor del CDCM por grupos de interés 30

Propuesta de valor para Aliados 31

Propuesta de valor para Clientes 31

Propuesta de valor para Participantes 31

Cómo CREA su propuesta de valor 32

Cómo ENTREGA su propuesta de valor 34

Procesos del CDCM 36

a) Macroproceso de Direccionamiento Estratégico 36

b) Macroprocesos Misionales 36

c) Macroprocesos de Apoyo 37

d) Macroprocesos de control y evaluación 37

Recomendaciones generales a la Gerencia: 38

Anexos. 40

Anexo 1. Esquema sintético de metas e indicadores: Ecología de la estrategia (consolidación estratégica y operativa) 40

Anexo 2. Esquema sintético de metas e indicadores: Fortalecimiento del mapa relacional 41

Anexo 3. Esquema sintético de metas e indicadores: Cocreación, mediación y circulación de contenidos 42

Anexo 4. Esquema sintético de metas e indicadores: Gestión de conocimiento y acceso a la información 43

Anexo 5. Esquema de Modelo de negocio CDCM 44

Anexo 6. Propuestas de valor para los Aliados 46

Anexo 7. Propuestas de valor para los Clientes 51

Anexo 8. Propuestas de valor para los participantes 54

Anexo 9. Matriz de funciones y macroprocesos 58

Para comenzar

El Centro de Desarrollo Cultural de Moravia cuenta con un reto actual: reformularse y rediseñarse para lograr una transformación social adaptada a la lectura del contexto y al cambio de época. El Centro busca proyectarse a través de un modelo de gestión de alto impacto para la ciudad, la nación y el mundo. Para esto debe aunar esfuerzos, voces, aprendizajes y miradas en pro del fortalecimiento de la transformación social y cultural de Medellín.

Por un lado, el Centro se enfrentará a cambios territoriales y de infraestructura ocasionados por el POT que modificarán directamente el territorio de Moravia. Por otro lado, deberá atender e involucrar en sus procesos la evolución exponencial de las tecnologías y su relación con el arte.

Para comenzar a resolver este reto, el CDCM ha propuesto –entre otras– realizar una planeación estratégica exponencial, identificando y planeando visiones, prioridades, metas y acciones co-diseñadas para un modelo de gestión 2019 -2030.

Así entonces, este documento describe las reflexiones, retos y acuerdos co-creados con el grupo de líderes de cada área del Centro a través de metodologías de pensamiento de diseño y de pensamiento exponencial. Asimismo, hace una recopilación documental de las voces históricas y actuales que han hecho parte de la tripartita del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia: Comfenalco, Alcaldía de Medellín y Comunidad.

Hacia dónde van los Centros Culturales

Los Centros Culturales actúan como “rizomas” en su concepto filosófico, pues inciden en todo lo que a su alrededor se encuentra. Por esta razón, deben actuar como una plataforma para el desarrollo social a través del engranaje colectivo, la divergencia, la resignificación y la creación. Estos elementos promueven el desarrollo desde las diversas formas de adaptación a los contextos para mejorar la calidad de vida y la relación con el entorno, planteando una visión que va más allá del simple progreso unidimensional y evolutivo. Esta plataforma se vale de las múltiples disciplinas o saberes para la experimentación y la innovación, simbolizada y representada a través de los códigos propios de los procesos artísticos y culturales.

A futuro, los Centros Culturales se proyectan como protagonistas en este cambio de época, pues transformarán las relaciones entre la cultura, la sociedad, la ciencia, la economía y el turismo.

La visión exponencial del ámbito social, político, económico, ambiental y tecnológico como asuntos que atraviesan lo cultural, son necesarios para reconocer el espacio/tiempo en el cual se moverá el Centro de Desarrollo Cultural Moravia en la concepción de un futuro inmediato. Esto permitirá planear su papel en la dinámica social y cultural local, regional e internacional.

- El panorama político actual le apuesta a las Economías creativas y culturales, un modelo basado en la creatividad y la cultura que considera los “activos intangibles” –conocimiento e innovación– como parte de la sostenibilidad y riqueza del país.

- La sincronización entre el Gobierno, la academia y las empresas privadas es considerada la alianza ideal para permitir la sostenibilidad de este modelo.

- El Centro Cultural cuenta con la posibilidad de reinventar su modelo público-privado de sostenibilidad económica con las nuevas economías basadas en el bien común, el conocimiento, la articulación con proyectos productivos, la colaboración, la transversalización del pensamiento y la acción ecológica que tiende a una forma de relacionamiento distribuido y descentralizado, reconociendo como Nodo primordial el Centro Cultural.

- Medellín es una ciudad de oportunidades para el crecimiento económico pues cuenta con

productores, empresas creativas, realizadores y actores del sector privado con y sin ánimo de lucro. Cada uno de estos actores representa oportunidades de potenciar las relaciones de bienes y servicios del Centro Cultural y de promover los diálogos colaborativos entre grupos de interés.

- La financiación del Centro Cultural también puede darse a través de fuentes internacionales de cooperación con las cuales se pueden transferir tecnologías, conocimientos, habilidades o experiencias.
  (Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD)). Entre las posibilidades de financiación, se encuentran las de Cooperación Cultural que son principalmente fuentes de ayuda destinadas a la realización de actividades en algunas áreas culturales mediante la entrega de equipos, donaciones de material, capacitación o intercambios. En Colombia este tipo de cooperación se coordina a través del Ministerio de Cultura, la Dirección de Asuntos Culturales de la Cancillería y, para algunos donantes, a través de Acción Social (http://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/182_fuentes_int_financion.pdf).

- El plan parcial de Moravia se presenta como una decisión de Planificación Urbana que incidirá en cambios estructurales dentro del territorio. De acuerdo a este contexto el Centro Cultural tiene la responsabilidad de concebir iniciativas articuladas a lo ambiental, lo social y la infraestructura, según la experiencia (territorial, social, cultural, de sostenibilidad y crecimiento) y la confianza del modelo que ha llevado a cabo el CDCM.

- La política cultural actual que se direcciona al “ecosistema de emprendimiento e innovación” puede llevarse a cabo a través de proyectos empresariales basados en las artes y la cultura para la transformación social.

- La relación contemporánea entre arte, ciencia y tecnología promueve nuevos diálogos de experimentación y conocimiento. Comprender la reinvención del Centro Cultural desde las artes expandidas, los cambios urbanos y sociales y la memoria histórica como patrimonio cultural, nutrirá la propuesta de valor del CDCM.

- Desde el panorama artístico y cultural local, nacional e internacional se evidencia el crecimiento en la oferta de festivales, bienales, coloquios, salones, workshops, simposios, sesiones experimentales, marketing artístico y otros nuevos lenguajes. Estos referentes son una oportunidad para la circulación de los proyectos que emergen desde el CDCM, así como para el fortalecimiento de redes, conexiones e intercambios entre el CDCM y el mundo.

- Las posibilidades de la educación expandida, las prácticas fuera de lugar o los trabajos creativos que se desarrollan a partir de proyectos son una base estratégica potente para la innovación social.

- Los nuevos diálogos entre comunidad e institución, memoria y patrimonio pueden darse desde la confrontación de la ciencia y el arte con los fenómenos sociales y culturales que surgen como consecuencia de los cambios tecnológicos.

- Las formas de habitar el territorio y la percepción mediática del entorno son una oportunidad para fortalecer y accionar estrategias ambientales basadas en la conciencia del consumo, la sostenibilidad, la economía del territorio, y la convivencia humanos - naturaleza.

- Algunos de los Centros Culturales en Europa[1], proyectan su modelo de gestión como código abierto, donde todo se documenta y se comunica según el lenguaje de cada grupo de interés a través de plataformas libres que le apuestan a la libertad del conocimiento (actitud hacker) y a las políticas de colaboración con otros centros e instituciones.

- Para algunos Centros Culturales el formato expositivo como fin último ha perdido protagonismo. Ahora las mayores apuestas están volcadas hacia los proyectos de largo plazo como capitales culturales semilla que son tratados a través de actividades educativas y procesos como las residencias artísticas.

- Como ejemplos de proyectos hispanoamericanos culturales con plataformas abiertas, modelos de gestión y desarrollo de proyectos colaborativos se referencia a: Intermedia (https://www.intermediae.es/quienes-somos); y Medialab (https://www.medialab-prado.es/medialab), posibles aliados para intercambios con el CDCM.

[1] EL FUTURO DE LOS CENTROS CULTURALES EN LA EUROPA CREATIVA REFLEXIONES DESDE CAMARGO (una experiencia BookSprint), 2015.

Elementos estratégicos

Elementos que fundamentan la arquitectura de la estrategia co-creada con los líderes de las áreas[2] del Centro Cultural:

Misión

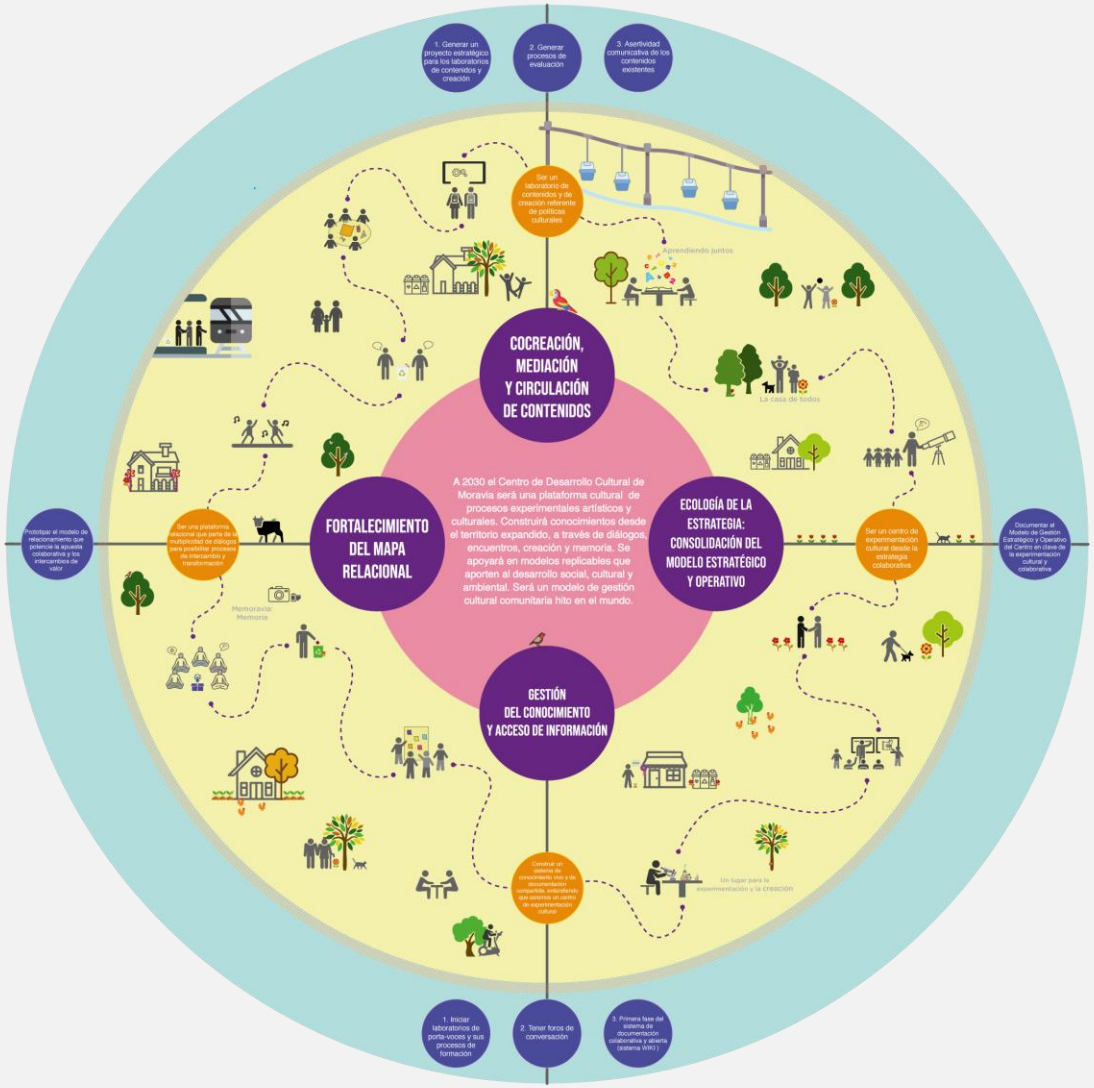
"Creemos profundamente en el poder de las expresiones y los encuentros a través de la experimentación individual y colectiva*. Por esto, buscamos una conexión cíclica efectiva entre saberes y territorios que propenda por el equilibrio social y económico a través de una alianza entre el sector público, privado y la comunidad. En esencia somos un centro de desarrollo cultural con enfoque comunitario conectado con el mundo, somos "la casa de todos".*

Visión

A 2030 el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia será una plataforma de procesos experimentales artísticos y culturales. Construirá conocimientos desde el territorio expandido, a través de habilidades conjuntas, diálogos, encuentros, creación y memoria. Se apoyará en experiencias replicables que aporten al desarrollo social, cultural y ambiental. Será un modelo de gestión cultural comunitaria hito en el mundo.

Como esquema sintético de la estrategia del CDCM se presenta en la siguiente ilustración (1) una infografía que relaciona los elementos estratégicos, las prioridades y las metas a 2019 y a 2030.

[2] Cada área del CDCM desarrolló sus propósitos (el por qué), sus modos de hacer (el cómo) y lo que en esencia hacen (el qué), como primer ejercicio de orientación estratégica. Estos podrán observarse en el documento anexo llamado Círculo Dorado Actores.



NUESTRA MISIÓN

Creemos profundamente en el poder de las expresiones y los encuentros a través de la experimentación individual y colectiva. Por esto, buscamos una conexión cíclica efectiva entre saberes y territorios que propenda por el equilibrio social y económico a través de una alianza entre el sector público, privado y la comunidad. En esencia somos un centro de desarrollo cultural con enfoque comunitario conectado con el mundo, somos "la casa de todos".

Ilustración 1 – Inforgrafía de la estratégia CDCM 2019 -2030

Naturaleza del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia

El centro de Desarrollo Cultural de Moravia está pensado para ser un espacio de:

1. Educación descentralizada: El CDCM busca ser un espacio potenciador y conector de otros proyectos con presencia en todo el territorio. Promoverá estrategias pedagógicas situadas, implementadas y desarrolladas con la comunidad.

2. Espacio de diálogo, encuentro, creación y memoria: Nodos que promueven el diálogo entre la técnica, el pensamiento crítico, la representación artística y la exploración de las emociones.

3. Arte, ecología y cultura: el CDCM hará un especial énfasis en la conciencia de lo ecológico y lo cultural que se potencia a través de la promoción y producción de proyectos con temáticas ambientales y tecnológicas. Todo esto tomando como base el ecosistema natural y cultural que compone el patrimonio y la innovación como posibilidad de crear y experimentar.

4. La comunidad está en el centro y el CDCM en la periferia: la transformación del territorio físico, la concentración demográfica y la posible ampliación de la sede provocarán nuevas percepciones del territorio. Ante estos retos, se derivan dos concepciones clave en torno a la territorialidad del Centro:

- *Territorio con sentido* en el cual el valor simbólico de los lugares y sus habitantes se fortalece con los proyectos guiados por el CDCM.
- *Territorio diverso* que hace una lectura y abordaje del contexto en sus microentornos.

5. Gobernanza en triada: Centro de Desarrollo Cultural con esquema de gobernanza y modelo de gestión tripartita: público - privada - comunidad. El CDCM proyecta continuar con dicho modelo de gestión, contar con recursos propios y tener capacidad de decisión para su sostenibilidad.

6. Economías barriales potenciadas: el CDCM continuará desarrollando procesos culturales a través de proyectos que emergen desde la misma comunidad / hogar.

7. Propuestas pedagógicas inesperadas: el contexto de Moravia ha sido intervenido y apropiado por el CDCM en un diálogo permanente entre comunidad e institución. La lectura permanente del contexto, las propuestas “inesperadas”, la promoción de nuevos procesos pedagógicos y la construcción de comunidad son la base de la propuesta de su propuesta de valor.

¿Cómo contamos el CDCM?

El Centro de Desarrollo Cultural de Moravia está inmerso en un territorio que valora la memoria histórica y los procesos de desarrollo cultural. La sinergia entre el Centro Cultural y el barrio Moravia es una muestra potente e inspiradora para la humanidad de un proceso que transforma de manera positiva fragmentos del mundo.

El proceso de transformación social que ha llevado a cabo el CDCM con el territorio ha tenido como ejes de éxito la lectura del contexto, el trabajo en red, la formación en liderazgos, la escucha del entorno y la reconstrucción social de la memoria, entre otros. Todo esto sumado a la articulación administrativa, operativa, técnica y financiera entre el sector privado, público y comunitario. Algunos de estos procesos han sido documentados en fuentes escritas, otros continúan como fuentes orales y otros son imaginarios y necesitan ser contados a las diferentes comunidades del territorio, del Centro, de la Ciudad, del País y del mundo. Así entonces, el equipo del CDCM ha formulado cuatro líneas narrativas para contarse (categorías para la clasificación de las comunicaciones) las cuales son atravesadas por tres formas narrativas y tres ejes fundamentales.

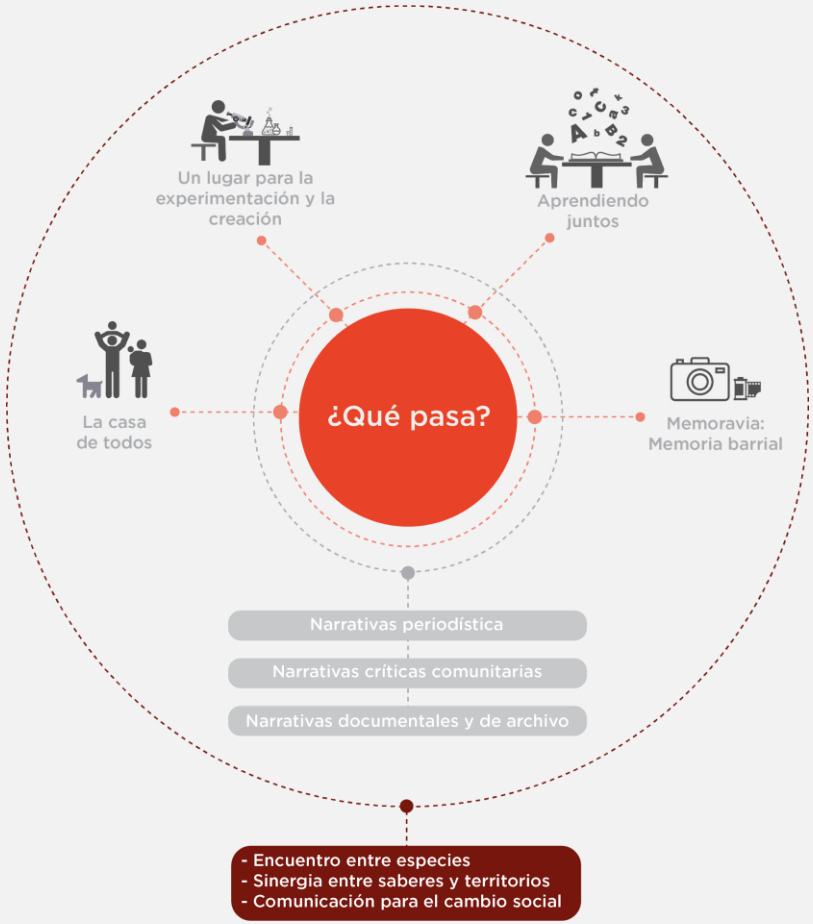


Ilustración 2 – Infografía Narrativas del CDCM

Líneas Narrativas

1. La casa de todos

El Centro de Desarrollo Cultural de Moravia no es un espacio, es un proyecto "gigante" de acciones colectivas, de diálogo, de creación y de memoria, donde se benefician aquellos que participan y se conectan. En el CDCM se expresa, se cuenta y se aprende en conjunto. Así entonces, la casa de todos hace referencia a las acciones colectivas y a las experiencias memorables que emergen del interior del CDCM al exterior.

2. Un lugar para la experimentación y la creación.

La experimentación individual y colectiva, el poder de las expresiones, la innovación social y cultural, y la sinergia con el territorio, son la base para que ocurra lo inesperado; el CDCM es una plataforma sin fórmula estática. Esta línea narrativa se suscribe sobre lo inesperado y logrado.

3. Aprendiendo juntos.

Aprendemos juntos porque nos movemos entre experiencias y pedagogías que nuestros cuerpos narran en formas derivadas del conocimiento colectivo. Aprendemos juntos reconociendo la diversidad de saberes, descubriendo posibilidades en los encuentros entre especies y las relaciones estéticas cotidianas e inusuales. La vida de barrio nos hace sensibles a explorar y compartir ideas en espacios para habitar, imaginar y crear".

Aprendiendo juntos hace referencia al valor de la experiencia como base fundamental del aprendizaje.

- Experiencias de aprendizaje significativo entre el territorio y las corporalidades
- Experiencias de aprendizaje significativo desde la invención
- Experiencias de aprendizaje significativo entre la experimentación y la diversidad

4. Memoravia: memoria barrial.

La memoria como poética, que metaforiza la naturaleza del recuerdo y el olvido en las calles del barrio. Entendemos el arte, y específicamente la imagen, como vehículo que posibilita el encuentro y detona relatos colectivos. Memoravia construye relatos que abordan la poética del espacio y permite la reflexión de las experiencias cotidianas como aporte a la creación y re-creación de las identidades sociales.

Formas para narrarlo

Las narrativas y procesos de documentación del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia parten de las premisas estéticas de las:

- Narrativas periodísticas
- Narrativas críticas comunitarias
- Narrativas documentales y de archivo

Plantear estas formas narrativas posibilita el diálogo y la investigación entre los usuarios y los grupos de interés.

Ejes narrativos transversales

Los ejes sirven de guía para representar o simbolizar cada una de las líneas narrativas

- **Encuentro entre especies:** para el Centro de Desarrollo Cultural de Moravia es esencial crear y desarrollar procesos pedagógicos con la comunidad a través del reconocimiento del territorio habitado. Esta práctica vincula a la biodiversidad como una cualidad creativa y a la conciencia ecológica como acción ambiental. Encuentro entre especies hace referencia a las estrategias educativas, sociales y ambientales del CDCM que promueven **otras** relaciones con en el territorio habitado.

- **Sinergia entre saberes y territorios:** la lectura del contexto, la interacción horizontal, y la investigación-acción-participación (IAP) que llevan a cabo tanto el talento humano del CDCM como las diversas comunidades, provocan sinergias de saberes únicos y experiencias memorables para el territorio.

- **Comunicación para el cambio social:** El Centro de Desarrollo Cultural de Moravia promueve acciones comunicativas que contribuyen al cambio social, cultural y ecológico a través de proyectos narrativos en múltiples lenguajes. Entendemos la comunicación, como lo que es, un proceso de pensamiento y acción que utiliza y crea diversos medios para expresar ideas y formas. En ese sentido, la comunicación del Centro Cultural se enfoca en la construcción de conceptos y contenidos que responden a la documentación constante de las iniciativas que resignifican y proponen discursos derivados del aprendizaje y la interacción colectiva en todas las áreas.

En este sentido se habla de una comunicación para la acción de: aprender, conversar, crear y hacer memoria. La circulación de los contenidos también se ven atravesados por este enfoque, y por lo tanto la difusión no termina en la publicación, sino que re-circula como un material que se dispone en el Centro de Memoria Barrial para la comunidad para estudiar y poner en común en Moravia y otras comunidades interesadas, incluyendo al equipo de trabajo que también aprende y lee estos contenidos como puntos de partida para seguir creando iniciativas, proyectos y programas conscientes de lo realizado por y con otros.

Narrativas:

- Del conocimiento: construido desde todas las áreas
- De la memoria histórica
- De las historias personales y colectivas

Prioridades estratégicas del CDCM

Para guiar el desarrollo de la estrategia unificada, se identificaron cuatro retos principales planteados como prioridades relacionadas con la ecología de la estrategia (consolidación del modelo estratégico y operativo), el fortalecimiento del mapa relacional, la cocreación, mediación y circulación de contenidos, y la gestión del conocimiento y acceso a la información.

Cada una de las cuatro prioridades cuenta con sus respectivos objetivos estratégicos los cuales ayudarán a entender su universo y ruta de operación.

Ecología de la estrategia: consolidación del Modelo estratégico y operativo

La ecología de la estrategia es el concepto transversal al modelo operativo, pues abarca todas las perspectivas del Centro Cultural en términos humanos, financieros, de proyectos, de tiempos y de procesos.
La ecología de la estrategia tiene que ver con el tiempo, el espacio, la lectura del contexto (visión holística del proceso, visión lógica de los recursos y acción consciente) y el reconocimiento del recurso para el aprendizaje.

Para esto, es necesario:

- **Trabajar colaborativamente en triada:** potenciar la comunicación permanente entre las tres partes: comunidad, Comfenalco y Alcaldía, profundizando en los tiempos administrativos de las partes, la socialización de los procesos y el funcionamiento del Centro Cultural. Para esta comunicación se debe tener en cuenta el cómo se cuentan los proyectos, sus alcances, el manejo operativo y la agenda del CDCM con la comunidad desde principio de año. Se contarán con estrategias como el trabajo casa a casa o cuadra a cuadra a fin de activar aún más el marco de acción del CDCM.

- **Establecer espacios de planeación estratégica:** planificar todas las estrategias de manera constante, intencionada y vinculante. Para esto se deberán promover los diálogos estratégicos que respondan a las dinámicas del territorio.

- **Desarrollar protocolos externos e internos:** establecer normativas y protocolos para el equipo de trabajo, vinculados y prestadores de servicios y externos. Por ejemplo (interno): acuerdos para el préstamo de espacios y a su vez establecer una herramienta de medición y evaluación de los mismos. En cuanto a los protocolos externos, deben generarse acuerdos de relacionamiento.

- **Gestionar el talento y equipo humano:** lograr que se dé importancia a lo individual y a lo colectivo, definiendo roles, perfiles, tipo y plan de acompañamiento; manejando la comunicación asertiva; promoviendo jornadas de capacitación; formulando indicadores de desempeño y valorando el trabajo por retos comunes.

- **Diseñar y desarrollar un modelo de socialización, seguimiento y balance de gestión:** comunicar, mostrar y contar la gestión, la operación y los resultados en términos sociales y ambientales a través de una narrativa fortalecida y direccionada a cada una de las partes (Alcaldía, Caja, comunidad, ciudad etc.). Así mismo, se plantea llevar a cabo la evaluación de procesos y personas del Centro en unos tiempos pertinentes con el desarrollo de la prioridad.

- **Lograr la cooperación técnica y financiera:** lograr una operación técnica y financiera que sume, que agregue valor y que aporte a la sostenibilidad del centro.

Fortalecimiento del mapa relacional

Para el fortalecimiento del mapa relacional el equipo del CDCM ha desarrollado unas preguntas base: ¿cómo medimos esas relaciones?, ¿cómo conversamos con esas relaciones?, ¿cómo estamos siendo proactivos en las relaciones en términos de valor?, ¿cómo somos más estratégicos con los aliados?

Para dar respuestas a esta prioridad, se hace necesario:

- **Fortalecer la gestión comunitaria y la recuperación de la memoria social:** Construcción de diálogos con las comunidades múltiples. Fortalecimiento a la memoria colectiva y al tejido social a través de ejercicios poderosos de nuevos liderazgos enlazados a la gestión comunitaria. El foco estará en la gestión cultural comunitaria y no en problemáticas urbanas que emergen en el territorio.

- **Desarrollar alianzas e intercambios culturales:** crear y desarrollar la figura de embajadores (entendidos como padrinos defensores, líderes artísticos, líderes del sector público, líderes de la caja, en resumen portavoces del proyecto) que repliquen, potencien y/o multipliquen los procesos del CDCM.

- **Lograr el reconocimiento del Centro como modelo Nacional:** plantear diálogos y experiencias desde el CDCM para afuera, donde se propongan al mundo sus procesos y sean visibilizados y potenciados.

- **Desarrollar y Fortalecer las alianzas técnicas y políticas:** descentralización y posicionamiento del CDCM como modelo de transformación social y ambiental. Alianzas que posibiliten contenidos variables, renovables e innovadores que pueden darse en términos locales, nacionales e internacionales. Articulación con las Secretarias de Juventud, de Cultura y de Ambiente para que el CDCM sea un lugar central para el intercambio de experiencias y proyectos desde lo local. Fortalecimiento del tejido social del territorio desde lo artístico y lo cultural, así como de los procesos de formación a los artistas locales a la hora de presentar sus propuestas. Vinculación a programas, procesos, convocatorias y/o eventos con el Ministerio de Cultura de Colombia y a diferentes organizaciones; fundaciones, ONG, Centros Culturales de orden nacional o internacional que nutran el diálogo necesario y permanente para la ampliación de una mirada global y estratégica.

- **Fortalecer la triada Comunidad - Comfenalco - Alcaldía:** Priorizar a la comunidad como actor

estratégico, motivando el sentido de pertenencia y la formación de público. La comunidad será uno de los embajadores y replicadores de los procesos del CDCM, así como una líder que desarrolla acciones barriales. Articulaciones de conocimiento con la Alcaldía que evolucionen lo operativo. Por ejemplo: metodologías, modelos de formación, redes, entre otras. Continuar con la articulación estratégica público - privada entre Alcaldía y Comfenalco, pues cuenta con el valor de los acuerdos y aprendizajes construidos durante los últimos diez años.

- **Fortalecer el relacionamiento entre líneas del CDCM:** Fortalecer el relacionamiento de las líneas del CDCM en pro de un trabajo más articulado. A través del trabajo consciente, compartido y conectado, con visión holística de los procesos y que permita iniciativas más eficientes y en las lógicas del Centro y la comunidad que participa.

Cocreación, mediación y circulación de contenidos

¿Cómo estamos comunicando eso que ya es el Centro Cultural? La planeación de contenidos vinculantes, el diseño de pedagogías experienciales basadas en lo colectivo y la innovación son el objeto que ocupa esta prioridad.

Esto incluye:

- **Generar metodologías expandidas**: consolidar estrategias de gestión de nuevos públicos y de investigación "anfibia" (Centro - academia - comunidad - colectivos - cooperantes - organizaciones - movimientos).

- **Fomento a la innovación y desarrollo temático para la transformación social y ambiental:** Involucrar directamente a la comunidad del Centro en la planeación y evaluación de las iniciativas a través de estrategias colaborativas y participativas que permitan el intercambio de conocimiento, que contribuya a la pertinencia, continuidad y renovación temática apoyándose en el archivo vivo y la estrategia de gestión del conocimiento.

- **Lograr la articulación programática desde las iniciativas del CDCM:** Las iniciativas son conectores que tejen la estrategia a través de las líneas, las áreas y las prioridades estratégicas. A través de una metodología basada en proyectos se contribuye a la ecología de la estrategia y a la generación de oportunidades y nuevos retos para Moravia.

- **Fomento a la lectura del territorio - conocimiento del contexto:** Incluir como condición a las iniciativas una lectura consciente que responda a las preguntas, necesidades y potencialidades del territorio.

- **Desarrollar estrategias para la gestión de nuevos públicos o nuevas audiencias:** Convocar, seducir y enamorar a públicos del barrio y de la ciudad, residentes o visitantes y a todo aquel que haga parte del mapa relacional del CDCM. A través de formatos e iniciativas que generen nuevas expresiones y encuentros artísticos y culturales y fomenten la creatividad colectiva.

Gestión del conocimiento y acceso a la información

Se espera lograr un conocimiento vivo, documentado, y compartido. Esta prioridad se basa en la necesidad de crear estrategias para la comunicación. Para esto, es necesario:

- **Desarrollar la documentación colaborativa y experiencial:** gestionar formación en documentación colaborativa basada en la experiencia.

- **Diseñar y desarrollar procesos de medición y aprendizaje:** medir con indicadores basados en la ecología de la estrategia.

- **Promover la gestión y el acceso a los sistemas de información:** promover la gestión de la información dentro del Centro. Esto tiene que ver con el modelo estratégico para gestionar la información de los programas, los proyectos, las iniciativas y los retos comunes.

- **Crear contenidos interactivos, hipertextuales, multimediales, actuales y dinámicos:** Crear plataformas digitales actuales y dinámicas que conversan. Generar estrategias para contarle a la gente que existen proyectos como "Palo de Lluvia" y “Encuentro Entre Especies", entre otros, de los cuales poco se conoce.

- **Promover conversaciones que dan sentido:** promover diálogos diarios que rescaten el poder de la palabra y actúen como sensores que dan pistas de cómo seguir mejorando los procesos. Fortalecer una herramienta de gestión del conocimiento y de diálogo. Apostarles a los espacios conversacionales que le den sentido a la gente, conversaciones a las cuales se les debe

hacer seguimiento para compartirlas. De este modo se tendrán narraciones con relatos y perspectivas de quién lo narra y quién lo escribe propiciando una infraestructura dispuesta a las conversaciones memorables.

- **Generar iniciativas que dinamizan el archivo, archivo vivo:** Articular los archivos del CDCM con sus prácticas artísticas para lograr una mayor comprensión de los procesos por parte del territorio que en ocasiones se pierden por la poca lectura de sus habitantes.

- **Promover la memoria barrial:** apoyarse en el Centro de Memoria Barrial que hace énfasis en la retroalimentación a la gestión del conocimiento comunitario y en la investigación. La componen también documentos que cuentan la historia y transformación del CDCM y el territorio. Ejemplos de memoria barrial: Borondo y Oraloteca.

- **Permitir un archivo libre, compartido, accesible y crítico:** permitir accesos con licencias abiertas y divulgación de archivos dirigidos a todo tipo de públicos. Esto implica proponer otras formas de visibilizar y disponer el archivo.

Orientación estratégica

La estrategia traza un plan de ruta que busca alcanzar la visión determinada de una forma exponencial, creativa, viable y lograble. El seguimiento de esta ruta permitirá el logro de cada una de las prioridades y sus objetivos, así mismo, potenciará el modelo de gestión, técnico, relacional y operativo que plantea el CDCM en pro de la transformación social y cultural de Medellín y la Nación.

Para la determinación de esta ruta, se parte de las prioridades establecidas y los objetivos estratégicos desagregados en lineamientos generales que guían su ejecución.

Todos los objetivos asociados a las prioridades de gestión de la estrategia del CDCM, se enmarcan en seis capitales estratégicos. Estos son recursos transversales que se encuentran en el centro del mapa de la estrategia y dan cuenta de aspectos primordiales que permiten un enfoque integral en el cumplimiento de los distintos objetivos para su efectiva sostenibilidad en el tiempo y en el territorio.

- **Talento humano:** La gestión del talento humano es central para garantizar la sostenibilidad del CDCM en el corto, mediano y largo plazo. Esto teniendo en cuenta que los ajustes y planeaciones que se están haciendo para lograr una experiencia unificada dependen de la gente que los impulse. Dentro de esto se contemplan por ejemplo las necesidades al fortalecimiento de capacidades y conocimientos que se requieren para preparar a los distintos equipos en cuanto a las voluntades, a la articulación con las iniciativas del Centro y a la promoción de las mismas en diferentes contextos, entre otros.

- **Posicionamiento de la estrategia:** En el foco de la estrategia está la necesidad de incorporar procesos de comunicación y gestión de medios para lograr la divulgación de información de modo más cercano, pertinente y anhelado, apostándole al reconocimiento del Centro y a su apropiación por parte del territorio y de la ciudad de los contenidos promovidos. Estos procesos se articulan mediante estrategias de comunicación asertivas, contundentes y de calidad que permitan la interacción con los grupos de interés a través de diferentes formatos y canales[3].

- **Relaciones técnicas y políticas:** La necesidad de vincular el proyecto a diferentes actores institucionales a nivel local, regional y nacional, a

[3] Esto se debe desarrollar a profundidad en conjunto con la estrategia de comunicaciones (líneas narrativas).

cooperantes, a influenciadores y líderes de opinión y a empresas privadas, es un capital fundamental para el cumplimiento de los diferentes objetivos estratégicos. Esto permitirá el involucramiento en los escenarios de relevancia para la toma de decisiones y la búsqueda de nuevas oportunidades e ideas que no estén aisladas de la realidad del contexto particular del Centro.

- **Contenido y conocimiento:** Para lograr la apropiación social del conocimiento es necesario garantizar procesos que permitan capitalizar el conocimiento para su uso, dinamización, divulgación y preservación. Esto incluye el desarrollo de metodologías y procesos de documentación, medición y evaluación del conocimiento que permitan identificar lecciones aprendidas, reconocer el nivel de satisfacción de los grupos de interés y proyectar mejoras continuas para la gestión de la experiencia.

- **Infraestructura física y tecnológica:** El mantenimiento efectivo de la infraestructura, la renovación tecnológica y la capacidad instalada del Centro son asuntos centrales para lograr la transformación exponencial esperada que acogerá los contenidos del CDCM. La infraestructura física y tecnológica del lugar será uno de los íconos emblemáticos de la ciudad de Medellín y para esto es necesario invertir en procesos de renovación y mantenimiento de equipos y en nuevas tecnologías que permitan construir un espacio accesible para todos los públicos entendiendo el proceso de cambio de época.

- **Modelo de negocio innovador y sostenible:** El desempeño financiero y la ecología del recurso garantizan el crecimiento esperado por la tripartita y permite su sostenibilidad en el tiempo. Por esta razón, además de cumplir con su misionalidad, es importante enfocarse en procesos que permitan la diversificación de fuentes de ingresos, la realización de alianzas, la incidencia colectiva en la asignación de recursos de política pública y la incorporación de fuentes innovadoras de financiación. Con esto se facilitará la obtención de recursos y el logro de una mayor estabilidad económica a mediano y largo plazo[4].

[4] Esto se desarrolla a profundidad en el componente financiero del modelo de negocio del CDCM.

Impactos, metas y acciones

Las metas y acciones describen las actividades concretas que se realizarán en el marco de las prioridades planteadas e identificadas en el mapa de la estrategia, determinando para los años 2019, 2021 y 2023 unas metas que actuarán como pasos para alcanzar la meta audaz formulada para el año 2030.

Como método de priorización del plan de acción del CDCM se ha desarrollado la meta 2019 en acciones estratégicas que permitirán aterrizar la priorización, plantear indicadores y realizar el seguimiento respectivo a su cumplimiento.

Las metas planeadas son de tipo cualitativo, por lo que tienen un doble rol dentro en esta planeación estratégica pues actúan como metas e indicadores.

A continuación, se presentan las metas y acciones planteadas por prioridad.

1. Ecología de la estrategia: consolidación del Modelo estratégico y operativo

Para la ecología de la estrategia a 2030 se espera: "Consolidar un centro de experimentación cultural, hacia una puesta de transformación social", siendo un modelo de gestión susceptible a ser replicado y expandido a la ciudad, a Colombia, a Latinoamérica y al mundo (de lo micro a lo macro). Y por otro lado, siendo un centro de experimentación cultural con una estrategia de participación colaborativa y creativa que permita que personas de otras partes lleguen al centro y hagan un ejercicio corresponsable de identificación, experimentación, conocimiento, creación, aporte y réplica.

Meta 2030: ser un centro de experimentación cultural desde la estrategia colaborativa

Meta 2023: consolidar el Modelo de Gestión Estratégico y Operativo del Centro en clave de la experimentación cultural y colaborativa para ser referente latinoamericano

Meta 2021: posicionar el Modelo de Gestión Estratégico y Operativo del Centro en clave de la experimentación cultural y colaborativa

Meta 2019: Documentar el Modelo de Gestión Estratégico y Operativo del Centro en clave de la experimentación cultural y colaborativa.

Acciones 2019 (trimestrales):

- Recolección de información
- Planeación jornadas de equipo: diseñar la estrategia teniendo en cuenta la capacidad instalada, los recursos humanos, y la gestión financiera
- Sistematización de información
- Plan de comunicaciones: estrategia de comunicación interior y con disposición al público en general.
- Mesas de conexión: fortalecimiento total del interior del CDCM y de las relaciones con aliados, ampliación del modelo de gestión y articulación.
- Organización

Para ver matriz de metas y acciones remitirse a anexos Esquema sintético de metas e indicadores

2. Fortalecimiento del mapa relacional

Para el fortalecimiento del mapa relacional, el Centro visiona a 2030 “Ser una plataforma cultural estratégica con escenarios en donde se puedan llevar a cabo diferentes procesos a nivel local, regional, y mundial”.
La plataforma será colaborativa, de construcción, de conocimiento y de formación. Se soportará en lo virtual con sistemas de conexión enfocados a la comunicación para el desarrollo.

Meta 2030: ser una plataforma relacional que parte de la multiplicidad de diálogos para posibilitar procesos de intercambio y transformación

Meta 2023: expandir el modelo de relacionamiento que posibilite el intercambio de experiencias replicables

Meta 2021: fortalecer y ampliar las conexiones para el intercambio colaborativo

Meta 2019: documentar el Modelo de Gestión Estratégico y Operativo del Centro en clave de la experimentación cultural y colaborativa.

Acciones 2019:
Inicio de planeación para la plataforma

<u>Enero a Junio:</u>

- Encuentros de planeación
- Mapa de los sueños
- Lluvia de ideas
- Mapa de actores
- Marco lógico
- Teoría del cambio

Julio a diciembre:

- Búsqueda y acercamiento a plataformas referentes
- Borrador inicial de documentos (distinción entre los resultados deseados y actuales)

Para ver matriz de metas y acciones remitirse a anexos Esquema sintético de metas e indicadores

3. Cocreación, mediación y circulación de contenidos

Como visión expandida de la prioridad co-creación, mediación y circulación de contenidos el CDCM plantea "Generar proyectos estratégicos frente a los contenidos". Si bien la planeación es un proceso constante para el Centro, para potenciar los contenidos se necesitan más espacios de planeación consciente, procesos de evaluación sobre lo que se hace y efectividad comunicativa frente a los contenidos existentes.

Meta 2030: ser un laboratorio de contenidos y de creación, referente de políticas culturales

Meta 2023:

- Posicionar proyectos de experimentación cultural y colaborativa a nivel nacional e internacional.
- Posicionar las iniciativas del CDCM.

Meta 2021: Fortalecer y ampliar la generación de contenidos de valor, adaptados a nuevas audiencias

Meta 2019:

- Generar un proyecto estratégico para los laboratorios de contenidos y creación
- Generar procesos de evaluación
- Asertividad comunicativa de los contenidos existentes

Acciones 2019:

Metodología DOFA u otras propuestas a fin de:

- Validar contenidos previos
- Dentro de todas las reuniones por área se debe contemplar hacerlo con actores cercanos al trabajo con áreas
- Tener espacios de ideación por áreas con la finalidad estratégica de los programas
- Laboratorios pedagógicos: espacios de validación por área
- Rendición de cuentas de contenidos a final de año
- Plasmar 2 veces al año en una malla de contenidos: Intención comunicativa / Temas / Públicos / Contenidos / Responsables / Cruces

Para ver matriz de metas y acciones remitirse a anexos Esquema sintético de metas e indicadores

4. *Gestión del conocimiento y acceso a la información*

Se visiona a 2030 un “Sistema de conocimiento vivo y de documentación compartida”. Este sistema se compone de dos tipos de sistemas integrados por varias capas, (1) O.R.L.E.Y y (2) Palimpsesto.
El sistema O.R.L.E.Y será un dispositivo físico que permitirá hacer consultas de bases de datos de memoria permanente (conocimiento que se va procesando de manera concreta y se va verificando en el tiempo) y de memoria simultánea (instantánea y validada).
El sistema palimpsesto se refiere a las capas de información que mantienen la memoria.

Cada uno de estos sistemas cuenta con capas de información de inteligencia artificial que se conectan con toda la información del CDCM, convirtiéndose en material de consulta. De esta forma se consolidará un “Sistema holográfico que permite una interacción por medio de capas en tiempos y espacios orientados a la memoria barrial y a la transformación de territorios de una Moravia expandida”.

Las capas serán operadas a través de nodos persona: líderes que van recopilando información de manera colaborativa-. Los nodos tendrán formas para replicar

sus procesos de formación, recopilar información y reorganizarla en el esquema de capas dentro de cada sistema según corresponda.
Las bases de datos serán nutridas por las personas de manera colectiva. En aras de corroborar esta información se requerirá de una tercera mirada o “testigo” humano logrando una conversación máquina - persona - persona

Meta 2030: construir un sistema de conocimiento vivo y de documentación compartida, entendiendo que seremos un centro de experimentación cultural.

Meta 2023: gestionar alianzas para contar con servidores descentralizados y distribuidos que financien y retroalimenten

Meta 2021: segunda y tercera fase del sistema de documentación colaborativa y abierta (sistema WIKI)

Meta 2019:

- Iniciar laboratorios de portavoces y sus procesos de formación
- Tener foros de conversación.
- Primera fase del sistema de documentación colaborativa y abierta (sistema WIKI)

Acciones 2019:

- Sistema WIKI Moravia: Identificar tipologías, derechos, activaciones, usos
- Alojamiento de información, campaña, pruebas, generación de contenidos, lanzamiento.
- Diseño de laboratorios de formación Nodos Persona
- Gestionar alianza con MINTIC, FK, Open Society, OKNF. Lograr articulaciones con Red de Bibliotecas, SBPM BPP, Archivo histórico.

Para ver matriz de metas y acciones remitirse a anexos Esquema sintético de metas e indicadores

Modelo de negocio del CDCM

El modelo de negocio es un esquema que muestra la forma en la que la organización crea y entrega su propuesta de valor, a partir de la interacción entre diez dimensiones:

a. Propósito
b. Propuesta de valor
c. Relaciones
d. Canales
e. Segmentos (clientes y usuarios)
f. Fuentes de ingresos
g. Cadena de valor (aliados y proveedores)
h. Actividades clave
i. Recursos clave
j. Estructura de costos

Desde la academia y los procesos de consultoría, La Tercera Mirada ha realizado adaptaciones al modelo, buscando que sea útil para las organizaciones que también agregan valor social y/o cultural, incorporando dos dimensiones adicionales:

- Problema o necesidad
- Métricas de impacto.

La *ilustración 2* presenta dicho modelo de negocio adaptado.

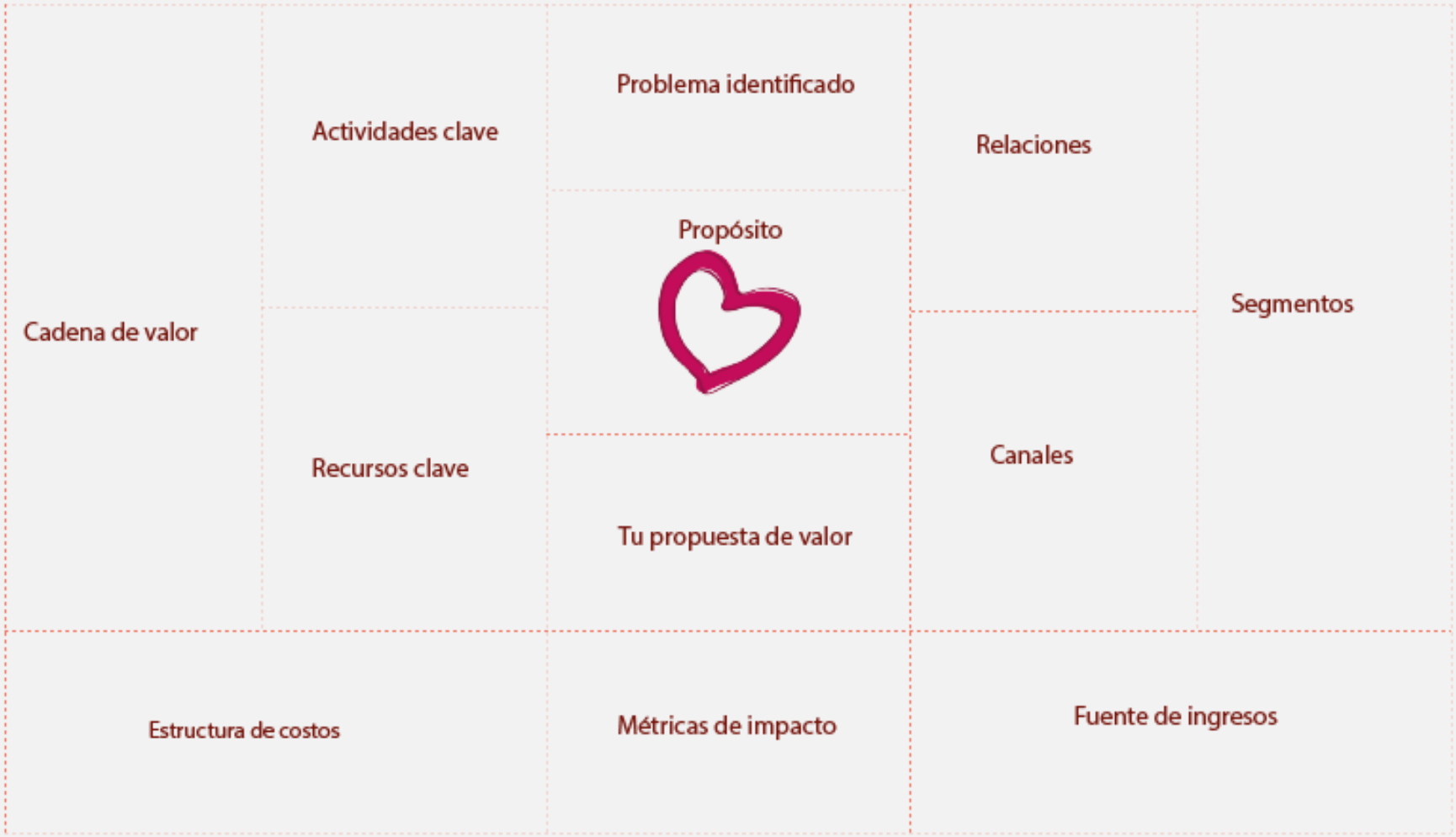


Ilustración 2 – Modelo de negocio de una organización que agrega valor social y ambiental

Problemática:

El Centro Cultural cuenta con unas necesidades o problemáticas, las cuales serán la base para estructurar el modelo de negocio del Centro. Las problemáticas descritas a continuación, fueron identificadas en la fase de entrevistas a actores clave y en las reflexiones con del equipo del CDCM.

- Necesidad de descentralizar el Centro Cultural
- Falta de estructuración del modelo de gestión cultural comunitaria
- Necesidad de innovación y experimentación en los programas y proyectos
- Participación comunitaria con sentido
- Nuevas lecturas y diálogos con el territorio

Métricas de impacto:

¿Qué esperamos lograr en los participantes / usuarios? La respuesta a esta pregunta se enlaza con la problemática identificada, pues para el caso de las organizaciones sociales con enfoque cultural, el problema se desglosa en categorías de impacto. En consecuencia, el CDCM cuenta con las siguientes categorías:

- Descentralización del Centro Cultural
- Estructuración del modelo de gestión cultural comunitaria
- Mayor innovación y experimentación en los programas y proyectos
- Mejoramiento de la participación comunitaria con sentido
- Estrategias para lograr nuevas lecturas y diálogos con los territorios

a. Propósito:

Están enlazados a la causa o creencia del Centro Cultural. El propósito es un eje fundamental para la construcción del modelo de negocio:

"Creemos profundamente en el poder de las expresiones y los encuentros a través de la experimentación individual y colectiva"

b. Propuesta de valor del CDCM

La respuesta a la la problemática mencionada arriba se configura como propuesta de valor, siendo construida sobre el valor que la organización le agrega al usuario o participante desde lo que hace. Este hacer no debe construirse sobre productos o servicios estratégicos.

"Contamos con una conexión cíclica efectiva entre saberes y territorios, con acciones colaborativas entre lo público, lo privado y la comunidad, desarrollamos procesos culturales incluyentes y experimentales, somos un Centro de Desarrollo Cultural con enfoque comunitario que propende por el equilibrio social y económico".

Propuesta de valor del CDCM por grupos de interés

Como una organización que crea y entrega valor social y cultural, el CDCM identificó sus grupos de interés definiendo cuál es la propuesta de valor específica para cada uno de ellos. Reconocer que existen diversos actores con necesidades específicas que determinan su interés en una organización, es el punto de partida fundamental para identificar cómo podemos responder a dicha problemática o necesidad y, sobre todo, cómo hacerlo de manera diferencial.

El ejercicio de cocreación permitió identificar las siguientes categorías de grupos de interés:

1.Aliados: Son aquellos que suman valor en conocimiento y fortalecen la propuesta de valor.
2. Clientes: Son aquellos que pueden "comprar" o apoyar la oferta. Lo ideal es llevar al cliente a la categoría de aliado.

3. Participantes / usuarios: Son aquellos que participan activamente en algún proceso del Centro.

Para cada una de estas categorías de grupos de interés se identificaron los siguientes actores específicos:

Aliados:
- Empresas y proyectos
- Corporaciones
- Laboratorios
- Bibliotecas
- Medios de comunicación
- Líderes comunitarios
- Académicos y actores culturales
- Bonos de impacto social

Clientes:
- Institución
- Academia
- Gobierno
- Empresas
- Impulsores (fundaciones)

Participantes:
- Sector artístico
- Instituciones/academia
- Comunidad
- Equipo de trabajo
- Potenciales hackers, activistas, territorio, educación, medios

Posteriormente, se identificaron las propuestas de valor específicas para cada una de las categorías de grupos

de interés, las cuales se presentan en las siguientes tablas. Estas propuestas de valor permiten hacer una mejor gestión de las relaciones con cada uno de los grupos de interés:

Propuesta de valor para Aliados

Necesidad: obtener información local. Requieren la experiencia de vinculación que tienen las personas del CDCM con el territorio, así mismo requieren articularse con su capacidad instalada.

Qué le ofrecemos: se cuenta con población diversa articulada a los procesos, con información y confianza local. El Centro de Desarrollo Cultural Moravia funciona con su propio modelo de gestión.

Propuesta de valor: trabajamos con comunidades diversas que se articulan a los procesos a través de la acción y la gestión colaborativa.

Propuesta de valor para Clientes

Necesidad: tener presencia en los territorios para desarrollar diferentes tipos de ofertas en temas sociales y culturales. Otros clientes necesitan desarrollar estrategias de responsabilidad social, así como responder en términos sociales a ciertas necesidades desde las organizaciones. Algunos clientes cuentan con necesidades académicas, investigativas y/o de información gubernamental.

Qué le ofrecemos: El CDCM cuenta con reflexiones del espacio, capacidad instalada, acceso permanente y cercano con la comunidad, población diversa, información local y en contexto. Así mismo, tiene un modelo de gestión basado en una alianza público - privada con una trayectoria de más de diez años que ha posibilitado el trabajo colaborativo entre organizaciones y el CDCM.

Propuesta de valor: Contamos con diálogos permanentes y cercanos a la comunidad, promovemos la innovación social y la gestión del conocimiento a través del trabajo colaborativo público - privado que cuenta con una trayectoria de más de diez años.

Propuesta de valor para Participantes

Necesidad: formación en las diferentes áreas a través de las prácticas artísticas y culturales. Intercambios de saberes y cultura. Contar con espacios para el aprendizaje y la visibilización de los contextos.
Qué le ofrecemos: el Centro cuenta con equipamiento y espacio, con estrategias de descentralización y con la Jornada complementaria -"si ellos no vienen, nosotros vamos"-.

Propuesta de valor: contamos con estrategias de formación, experimentación y creación artística y cultural

que le apuestan a la de descentralización del Centro y a los procesos cíclicos entre saberes, cultura y comunidades.

Posteriormente, se identificaron las propuestas de valor específicas para cada una de las categorías de grupos de interés en relación a las necesidades y la oferta de cada una de las áreas, las cuales se presentan en el *Anexo 2: Propuesta de valor para los aliados, Anexo 3: Propuestas de valor para los clientes y Anexo 4: Propuesta de valor para participantes (ver anexos).* Estas propuestas de valor permiten hacer una mejor gestión de las relaciones con cada uno de los grupos de interés.

Las propuestas de valor diferenciadas por tipo de actor presentadas hasta este punto son útiles para tener una mejor gestión de las relaciones con éstos. Sin embargo, para configurar el modelo de negocio para organizaciones socioambientales se toma la propuesta de valor específica para los clientes, dado que son ellos los que generan ingresos para el CDCM por su actividad económica. Los demás grupos de interés que aportan recursos financieros lo hacen para crear la propuesta de valor de la organización.

Cómo CREA su propuesta de valor

La entrega de valor se refleja en la parte derecha del modelo presentado en la Ilustración 1, vinculando los componentes de: relaciones; canales; segmentos clientes; segmentos usuarios; y fuentes de ingresos.

c. Relaciones

¿cómo escuchan a sus usuarios/participantes?
El Centro desarrolla unos estilos de relacionamiento con sus participantes/usuarios en búsqueda de evaluar la entrega de su propuesta de valor en los diferentes programas, proyectos o encuentros ocasionales. En el relacionamiento con los usuarios es necesario que dicha evaluación o valoración de los procesos, se construya en doble vía (retroalimentación).
Uno de los estilos de relacionamiento con los usuarios, es la socialización de los procesos del interior y el exterior del CDCM a la comunidad, a través de:

- Redes sociales
- Boletines
- Visitas
- Redes de líderes
- Correos
- Entrevistas
- Evaluaciones
- Rendición de cuentas y retroalimentación a la misma

- Entrevistas uno a uno

d. Canales

¿A través de qué se desarrolla la propuesta de valor?
Los canales se refieren a las estrategias que se llevan a cabo para entregar la propuesta de valor a los usuarios. El CDCM cuenta con unos canales identificados:

- Programas
- Proyectos
- Eventos ocasionales

e. Segmentos (clientes y usuarios)

A cada uno de los grupos de interés se les entrega una propuesta valor, tal como se relacionó en el capítulo propuesta de valor por grupos de interés. Los segmentos nos ayudan a distinguir entre clientes y usuarios, siendo los clientes o financiadores quienes pagan por la propuesta de valor y los usuarios o participantes quienes reciben la propuesta de valor:

<u>Segmentos financiadores o clientes:</u>

- Comfenalco
- Alcaldía
- Empresas con responsabilidad social (posibles)
- Cooperantes (posibles)

<u>Segmentos usuarios:</u>

- Comunidades activas -(mujeres, jóvenes, NN y líderes en general)
- Líderes enlace (Gloria Ospina y Orley Mazo)
- Instituciones Educativas de la comuna
- Habitantes de la Comuna 4 y la ciudad
- Visitantes de la ciudad
- Artistas en general
- Jóvenes interesados en la creación audiovisual
- Músicos cercanos al CDCM
- Artistas escénicos y de clown
- Practicantes de capoeira
- Niños
- Jóvenes
- Adultos
- Adultos mayores
- Ludoteca
- Entidades adscritas

f. Fuentes de ingresos

¿cúal es la figura de donde llegan los rubros?
Las fuentes de ingreso en el modelo de negocio se enlazan con los segmentos clientes. Para un mejor panorama de las fuentes de ingreso, se recomienda listar en detalle las fuentes que financian el CDCM:

- Convenios de asociación
- Bonos de impacto social (posibles)
- Recursos públicos
- Producción cultural (posible)

Cómo ENTREGA su propuesta de valor

La entrega de valor se refleja en la parte izquierda del modelo presentado en la Ilustración 1, vinculando los componentes de: cadena de valor; actividades clave; recursos clave; y estructura de costos.

g. Cadena de valor (aliados y proveedores)

Los aliados y los proveedores son quienes ayudan a desarrollar la propuesta de valor. Los aliados aportan a la construcción de la propuesta de valor, los proveedores por su parte ofrecen servicios a la propuesta de valor, pero no cuentan con intercambio de valor, es decir no se nutren de la propuesta de valor:

Cadena de valor aliados:

- Corporación Con-vivamos
- Red Feminista Antimilitarista
- Fe y Alegría
- Comuna
- Secretaria de Medio Ambiente
- INDER
- Parque Explora
- Amilkar - Francosound
- Arlequin y juglares
- Naul - Fundación -Noches de Magia
- Nano- Corporocka
- Cinemateca Municipal
- Corporación Música Corriente
- Artistas plásticos cercanos al CDCM
- Urban Lab Medellín - Berlín
- Instituciones educativas de Moravia
- Jardines infantiles
- Madres comunitarias
- Entre Viñetas
- Otras secretarías
- Equipo de trabajo
- La Tercera Mirada
- Fundaciones/ ONGs

h. Actividades clave

¿Cuáles son los procesos clave con que cuenta el CDCM para llevar a cabo su propuesta de valor?

- Lectura permanente del entorno para afinar su estrategia
- Formulación y ejecución de proyectos
- Flujogramas
- Medición, aprendizaje y divulgación

- Comunicación
- Capacidades gerenciales y operacionales: procesos estructurados
- Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.
- Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura
- Mantener vigente la visión y estrategia

i. Recursos clave

¿Con que cuenta el CDCM para llevar a cabo su propuesta de valor? Y ¿qué necesitaría?
Los recursos clave hacen referencia a los capitales estratégicos con que cuenta una organización. Para el caso del CDCM, se identificaron:

- Plataforma estratégica
- Talento humano
- Posicionamiento de la estrategia
- Relaciones técnicas y políticas
- Contenido y conocimiento
- Infraestructura física y tecnológica
- Modelo de negocio innovador y sostenible
- Marca del CDCM

j. Estructura de costos

¿Cuáles son los rubros que hacen parte de mis costos?
Este componente de negocio hace referencia a la entrega de la propuesta de valor a cada uno de los grupos de interés, desde el análisis de costos. Se identifican del CDCM:

- Nomina
- Materiales y suministros para sus actividades
- Mantenimiento de infraestructura
- Conectividad y servicios públicos
- Gastos legales
- Honorarios
- Viáticos - transporte
- Arriendos (equipos técnicos y logísticos, backline, parqueadero, entre otros)
- Papelería

En este sentido, la ilustración del anexo 5 (ver anexos) sintetiza y presenta el modelo de negocio para el CDCM.

Procesos del CDCM

Los procesos internos integran las diferentes funciones y actividades que se llevan a cabo en el desarrollo de la estrategia del CDCM y buscan articular todas las áreas de la estructura organizacional existente.

De este modo, se determinaron cuatro macroprocesos que al ser cumplidos simultáneamente permitirán el cumplimiento de los objetivos estratégicos y la visión cocreada.

a) Macroproceso de Direccionamiento Estratégico

1. Mantener vigente la visión y la estrategia

Esta línea de macroproceso permite garantizar la vigencia y legitimidad de la visión colectiva. Una lectura constante del entorno relevante del CDCM les permitirá incorporar oportunidades que potencien su visión y su estrategia, así como anticiparse para gestionar adecuadamente los retos que se identifiquen.
Las capacidades gerenciales y operacionales, así como los procesos estructurados serán fundamentales para el logro y sostenibilidad de esta línea.

b) Macroprocesos Misionales

2. Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos

Poner a disposición de los grupos de interés experiencias que los conecten desde lo emocional para lograr experiencias significativas transformadores alrededor de la cultura, el arte, la biodiversidad, la tecnología, la memoria barrial, la experimentación y la innovación. Así mismo, potenciar la producción cultural y artística alrededor de la formulación y ejecución de proyectos, suma valor a la propuesta de valor del CDCM.

3. Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos

Es necesario definir un esquema de comunicación para el posicionamiento del CDCM como marca, e implementar una estrategia potente de divulgación de la programación y de las acciones relacionadas con la apropiación de la memoria, las artes, la cultura, la tecnología y la innovación.

4. Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.

Para el adecuado desarrollo de la estrategia es necesario lograr la articulación con distintos actores públicos y privados para tener un mayor alcance en diferentes escenarios. Esto buscando también generar

múltiples oportunidades e ideas que respondan al contexto de Moravia, el Centro Cultural y Medellín.

c) Macroprocesos de Apoyo

5. Gestionar la infraestructura física y tecnológica

La infraestructura física en la que se apoya el CDCM debe encontrarse en constante mantenimiento y renovación para lograr ofrecer servicios y experiencias de calidad con accesibilidad para todos los públicos.

En las prioridades de la estrategia, el equipo del Centro planteó un CDCM exponencial descentralizado, innovador, tecnológico y ambiental. Para llevar a cabo este proceso es necesario tener en cuenta y abordar a las posibles fuentes de financiación, así como la unión de esta línea con la línea de gestión de alianzas (macroproceso misional).

6. Gestionar el talento humano

El funcionamiento de la estrategia depende también de las capacidades del personal a que hace parte de la estrategia unificada y del cumplimiento de sus respectivas responsabilidades. Para esto, es necesario que uno de los procesos centrales sea la gestión del talento humano que marcará la diferencia en la gestión estratégica.

7. Gestionar los recursos de forma sostenible

Es necesario lograr un adecuado desempeño financiero que garantice la sostenibilidad en el tiempo del CDCM.

d) Macroprocesos de control y evaluación

8. Leer, medir y aprender

La implementación adecuada de un esquema de aprendizaje implica un cálculo sistemático y una interpretación crítica para la identificación de lecciones. De esta forma, la reflexión entre lo que se pretende aprender y lo que se quiere comunicar permitirá crear una estructura simple, pero a la vez robusta, de medición de la gestión y sus impactos, al igual que la identificación de aprendizajes relevan.

Recomendaciones generales a la Gerencia:

A partir del ejercicio de pensamiento estratégico facilitado por parte de La Tercera Mirada con el equipo del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia, se plantean tres recomendaciones específicas que permitirían potenciar la gestión de la estrategia.

- Incorporar como parte de la cultura organizacional del Centro, la lectura permanente del entorno por parte de todo el talento humano del CDCM, con el fin de identificar tendencias, oportunidades y retos que aporten de manera positiva al Centro Cultural. Esta lectura puede tener como marco de referencia las dimensiones PESTAL: Política, Económica, Social, Tecnológica, Ambiental y Legal.
- Fortalecer los procesos de revisión y seguimiento permanente de la estrategia a través de un esquema orientado a la medición y el aprendizaje, que permita no solo identificar cuánto se ha avanzado en el desarrollo de la estrategia, sino también las lecciones y buenas prácticas derivadas de la implementación.
- Propender por la alineación permanente entre los procesos de medición, aprendizaje y comunicación, de manera que los resultados y lecciones sean comunicados de manera oportuna y en el tono correcto con el fin de generar movilización a partir de los resultados del Centro

Anexos.

A continuación, se presentan las matrices de la estrategia, las cuales también se encuentran en formato Excel.

Anexo 1. Esquema sintético de metas e indicadores: Ecología de la estrategia (consolidación estratégica y operativa)

Prioridades	Variables	Meta audaz 2030	Meta 2023	Meta 2021	Indicador/ Meta 2019	Acciones
Ecología de la estrategia (consolidación deo estratégico y operativo)	Trabajo colaborativo en triada	**Ser un centro de experimentación cultural desde la estrategia colaborativa**	Consolidar el Modelo de Gestión Estratégico y Operativo del Centro en clave de la experimentación cultural y colaborativa para ser referente latinoamericano	Posicionar el Modelo de Gestión Estratégico y Operativo del Centro en clave de la experimentación cultural y colaborativa	Documentar el Modelo de Gestión Estratégico y Operativo del Centro en clave de la experimentación cultural y colaborativa	**Acciones trimestrales:** -Recolección de información -Organización -Planeación jornadas de equipo: diseñar la estrategia teniendo en cuenta la capacidad instalada, los recursos humanos, y la gestión financiera. -Sistematización de información - Plan de comunicaciones: estrategia de comunicación adentro y con disposición - Mesas de conexión: fortalecimiento total del interior del CDCM y de las relaciones con aliados, ampliación del modelo de gestión y articulación.
	Establecer espacios de planeación estratégica					
	Desarrollo de protocolos externos e internos					
	Gestión de talento y equipo humano					
	Modelo de socialización, seguimiento y balance de gestión					
	Cooperación técnica y financiera					

Anexo 2. Esquema sintético de metas e indicadores: Fortalecimiento del mapa relacional

Prioridad	Variables	Meta audaz 2030	Meta 2023	Meta 2021	Indicador/ Meta 2019	Acciones 2019
Fortalecimiento del mapa relacional	Fortalecimiento de la gestión comunitaria y recuperación de la memoria social.	Ser una plataforma relacional que parte de la multiplicidad de diálogos para posibilitar procesos de intercambio y transformación	Expandir el modelo de relacionamiento que posibilite el intercambio de experiencias replicables	Fortalecer y ampliar las conexiones para el intercambio colaborativo	Prototipar el modelo de relacionamiento que potencien la apuesta colaborativa e intercambios de valor	Inicio de planeación para la plataforma **Enero a Junio:** -Encuentros de planeación -Mapa de los sueños -Lluvia de ideas -Mapa de actores -Marco lógico -Teoría del cambio **Julio a diciembre:** - Búsqueda y acercamiento a plataformas referentes -Borrador inicial de documentos (distinción entre los resultados deseados y actuales)
	Alianzas e intercambios culturales.					
	Fortalecimiento a las alianzas técnicas y políticas.					
	Fortalecimiento de la triada.					
	Relacionamiento entre líneas del CDCM.					

Anexo 3. Esquema sintético de metas e indicadores: Cocreación, mediación y circulación de contenidos

Prioridad	Variables	Meta audaz 2030	Meta 2023	Meta 2021	Indicador/ Meta 2019	Acciones 2019
Cocreación, mediación y circulación de contenidos	Generación de metodologías expandidas y vivenciales Innovación y desarrollo temático para la transformación social y ambiental Articulación programática Construcción y generación de contenidos a partir de los procesos mismos Lectura del territorio/conocimiento del contexto Estrategias para la gestión de nuevos públicos o nuevas audiencias	**Ser un laboratorio de contenidos y de creación referente de políticas culturales**	Posicionar proyectos de experimentación cultural y colaborativa a nivel nacional e internacional. Posicionar las iniciativas del CDCM.	Fortalecer y ampliar la generación de contenidos de valor, adaptados a nuevas audiencias	Generar un proyecto estratégico para los laboratorios de contenidos y creación Generar procesos de evaluación Asertividad comunicativa de los contenidos existentes	Metodología DOFA u otras propuestas a fin de: -Validación de contenidos previos -Dentro de todas las reuniones por área se debe contemplar hacerlo con actores cercanos al trabajo con áreas - Tener espacios de ideación por áreas con la finalidad estratégica de los programas - Laboratorios pedagógicos: espacios de validación por área - Rendición de cuentas de contenidos a final de año - Plasmar 2 veces al año en una malla de contenidos: Intención comunicativa / Temas / Públicos / Contenidos / Responsables / Cruces

Anexo 4. Esquema sintético de metas e indicadores: Gestión de conocimiento y acceso a la información

Prioridad	Variables	Meta audaz 2030	Meta 2023	Meta 2021	Indicador/ Meta 2019	Acciones 2019
Gestión de conocimiento y acceso a la información	Documentación colaborativa y experiencial Medición y aprendizaje. Gestión y acceso a sistemas de información. Creación de contenidos interactivos, hipertextuales, multimediales, actuales y dinámicos. Conversaciones que dan sentido. Iniciativas que dinamizan el archivo, archivo vivo. Memoria barrial. Archivo libre, compartido, accesible y crítico. Generación y producción de contenidos.	**Construir un sistema de conocimiento vivo y de documentación compartida, entendiendo que seremos un centro de experimentación cultural.**	Gestionar alianzas para contar con servidores descentralizados y distribuidos que financien y retroalimenten	Segunda y tercera fase del sistema de documentación colaborativa y abierta (sistema WIKI)	1. Iniciar laboratorios de portavoces y sus procesos de formación 2. Tener foros de conversación. 3. Primera fase del sistema de documentación colaborativa y abierta (sistema WIKI)	- Sistema WIKI Moravia: Identificar tipologías, derechos, activaciones, usos - Alojamiento de información, campaña, pruebas, generación de contenidos, lanzamiento. - Gestionar alianza con MINTIC, FK, Open Society, OKNF. Lograr articulaciones con Red de Bibliotecas, SBPM BPP, Archivo histórico. - Diseño de laboratorios de formación Nodos Persona

Anexo 5. Esquema de Modelo de negocio CDCM

ZONA IZQUIERDA		CENTRO	ZONA DERECHA	
Cadena de valor: aliados -Corporación Con-vivamos -Red Feminista Antimilitarista -I.E. Fe y Alegría -Secretaria de Medio Ambiente -INDER -Parque Explora -Amilkar - Francosound -Arlequin y juglares -Naul - Fundación -Noches de Magia -Nano- Corporocka -Cinemateca Municipal -Corporación Música Corriente -Artistas plásticos cercanos al CDCM -Urban Lab Medellín - Berlín -Instituciones educativas de Moravia -Jardines infantiles -Madres comunitarias -Entre Viñetas -Otras secretarías -Equipo de trabajo -La Tercera Mirada -Fundaciones/ ONGs	**Actividades claves** -Lectura permanente del entorno para afinar su estrategia -Formulación y ejecución de proyectos -Flujogramas -Medición, aprendizaje y divulgación - Comunicación - Capacidades gerenciales y operacionales: procesos estructurados -Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial. - Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura - Mantener vigente la visión y estrategia	**Problema identificado** -Necesidad de descentralizar el Centro Cultural -Falta de estructuración del modelo de gestión cultural comunitaria -Necesidad de innovación y experimentación en los programas y proyectos -Participación comunitaria con sentido - Nuevas lecturas y diálogos con el territorio	**Relaciones** -Redes sociales - Boletines - Visitas - Redes de líderes - Correos - Entrevistas - Evaluaciones - Rendición de cuentas - Entrevistas uno a uno	**Segmentos: financiador o clientes** -Comfenalco -Alcaldía -Empresas con responsabilidad social (posibles) -Cooperantes (posibles)
	Recursos claves -Plataforma estratégica	**Propósito** Creemos profundamente en el poder de las expresiones y los encuentros a través de la experimentación individual y colectiva	**Canales** Programas	**Segmentos: usuarios** -Comunidades activas (mujeres,

ZONA IZQUIERDA		CENTRO	ZONA DERECHA	
	-Talento humano - Posicionamiento de la estrategia - Relaciones técnicas y políticas - Contenido y conocimiento - Infraestructura física y tecnológica - Modelo de negocio innovador y sostenible -Marca del CDCM	**Propuesta de valor** Contamos con una conexión cíclica efectiva entre saberes y territorios, con acciones colaborativas entre lo público, lo privado y la comunidad, desarrollamos procesos culturales incluyentes y experimentales, somos un Centro de Desarrollo Cultural con enfoque comunitario que propende por el equilibrio social y económico.	Proyectos Eventos ocasionales	jóvenes, NN y líderes en general) -Líderes enlace (Gloria Ospina y Orley Mazo) -Instituciones Educativas de la comuna 4 -Habitantes de la Comuna 4 y la ciudad -Visitantes de la ciudad -Artistas en general -Jóvenes interesados en la creación audiovisual -Músicos cercanos al CDCM -Artistas escénicos y de clown -Practicantes de capoeira -Niños -Jóvenes -Adultos -Adultos mayores -Ludoteca -Entidades adscritas
Estructura de costos Nomina, materiales y suministros para sus actividades, mantenimiento de infraestructura, conectividad y servicios públicos, gastos legales, honorarios, viáticos - transporte, arriendos de equipamientos, papelería.		**Métricas de impacto** -Descentralización del Centro Cultural -Estructuración del modelo de gestión cultural comunitaria -Mayor innovación y experimentación en los programas y proyectos -Mejoramiento de la participación comunitaria con sentido -Estrategias para lograr nuevas lecturas y diálogos con los territorios	**Fuente de ingresos** -Convenios de asociación - Bonos de impacto social (posibles) - Recursos públicos	

Anexo 6. Propuestas de valor para los Aliados

Aliados	Necesidades del Aliado	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Corporación Con-vivamos	Realizar acciones conjuntas con procesos de mujeres (promoción de derechos y reconocimiento de las mujeres en los proyectos).	Se tiene un proceso que cumple 2 años, ha tenido un grupo que lo direccionó al inicio y que dejó claro unas necesidades (20 mujeres).	**20** mujeres comprometidas en un proceso donde conocen sus habilidades y tienen claro cómo estas aportan a los procesos de paz en sus territorios.
Red Feminista Antimilitarista	Realizar acciones conjuntas con procesos de mujeres (movilizaciones, reivindicación de derechos y propuesta política).	Un proceso con 15 mujeres que se reúnen y planean acciones con otros colectivos feministas en la ciudad.	**15** mujeres comprometidas con los temas que han logrado reconocimiento en el barrio Moravia por sus acciones.
I.E. Fe y Alegría	Realizar acciones conjuntas promoviendo la participación juvenil desde los habitantes de Moravia a través de una metodología de fomento de la lectura enfocada en buscar que los jóvenes participen y nos cuenten sus expectativas con el CDCM Moravia para considerar una estrategia en el 2019 que los convoque.	Un acompañamiento semanal de una facilitadora con capacidades de manejo de grupos juveniles y con una intención de motivarlos desde la lectura a participar y crear un posible escenario para jóvenes en el 2019.	**150** jóvenes que participaron del taller realizado por la facilitadora y que conocen el CDCMoravia. Además, están dispuestos a pensar en una estrategia para trabajar con Jóvenes en 2019 a partir de sus propios intereses.

Aliados	Necesidades del Aliado	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Secretaría de Medio Ambiente	Realizar acciones conjuntas, sensibilizando a los NN del territorio para que reconozcan sus puntos críticos y logren construir estrategias para mejorar sus condiciones de vida. Para esto trabajamos desde el área comunitaria en los Nodos.	Inicialmente un espacio de reunión, pero en la actualidad desarrollamos acciones conjuntas para generar incidencia en la cercanía a los nodos, con intervenciones en gestión ambiental.	**45** NN que están apropiados del territorio y tienen conceptos claros sobre el cuidado del ambiente
INDER	Realizar acciones conjuntas con personas de Moravia. Para esto se unen las actividades y desarrollamos metodologías para todo público.	Diferentes procesos en los cuales el INDE puede encontrar población que participe y quiera conocer la oferta adicional.	En los descentralizados aparece la necesidad de realizar juegos tradicionales y el INDER tiene los elementos para realizar estas actividades. Nosotros desde el área de gestión comunitaria tenemos a los grupos poblacionales (jóvenes, niños y adultos) para trabajar todas las acciones que el INDER planea con un promedio de 100 personas por evento.
Parque de Explora	Realizar acciones conjuntas con personas de Moravia. Para esto ellos como aliados se unen a las actividades y desarrollamos metodologías para todos los públicos.	Diferentes procesos como los talleres que el Parque Explora tiene para todos los públicos y nuestros eventos en los que podemos realizar acciones conjuntas para convocar y motivar a la comunidad.	En los eventos que planeamos necesitamos actividades innovadoras. Esta alianza los acerca a ellos a Moravia y sus diferentes grupos poblacionales.
Amilkar - Francosound	Esta es una alianza estratégica cercana y de confianza para la sostenibilidad de la empresa.	Priorización a la hora de requerir este tipo de servicios.	Flexibilidad y cercanía a la hora de requerir sus servicios.

Aliados	Necesidades del Aliado	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Manuel Patiño	Esta es una alianza estratégica cercana y de confianza para la sostenibilidad de la empresa.	Priorización a la hora de requerir este tipo de servicios.	Flexibilidad y cercanía a la hora de requerir sus servicios.
Arlequin y juglares	Alianza estratégica con el Centro Cultural como un espacio que puede brindar la oportunidad de promover a sus artistas y apoyar sus procesos creativos.	Articulación en procesos creativos.	Articulación, cercanía y apoyo en sus procesos.
Naul - Fundación Noches de Magia	Alianza estratégica con el Centro cultural para la promoción y proyección de la Fundación y sus artistas.	Participación activa en agenda cultural.	Articulación, cercanía y apoyo en sus procesos.
Nano- Corporocka	Alianza estratégica con el Centro cultural para la promoción y proyección de los artistas a quienes promueven.	Continuidad en la co-creación del festival Diversound .	Articulación, cercanía y apoyo en sus procesos
Ana - Cinemateca	Espacios de proyección para su posicionamiento.	Capacidad instalada y participación activa en la agenda permanente de cines.	Articulación, cercanía y apoyo en sus procesos.
William - Plataforma Cultural			

Aliados	Necesidades del Aliado	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Cinemateca Municipal	Acompañamiento en programas para acercarse a la comunidad y lugares de proyección	Capacidad instalada y espacio de proyección audiovisual	Oportunidades de co-creación y proyección territorial con enfoque comunitario.
Corporación Música Corriente	Presencia y participación territorial	Un aliado territorial con espacios disponibles para la formación y la exhibición	Oportunidades de co-creación y proyección territorial con enfoque comunitario. Un laboratorio audiovisual acondicionado.
Artistas plásticos cercanos al CDCM	Acercamiento a la comunidad moravita y alianzas estratégicas.	Espacios expositivos.	Oportunidades de co-creación y público comunitario.
Urban Lab Medellín - Berlín	Un espacio de encuentro y alianzas territoriales.	Espacios expositivos y apoyo estratégico institucional.	Oportunidades de co-creación y apoyo comunitario institucional.
Instituciones educativas de Moravia	Espacios y oferta de actividades diferentes a las que tienen comúnmente en la institución.	Acompañamiento en la generación de procesos de lectura y espacios de encuentro diferentes a su institución.	Nuestros procesos de lectura se piensan desde la interacción con el territorio. Son procesos realizados por personal cualificado que cuenta con material de calidad.
Jardines infantiles	Acercamiento desde edades tempranas a las familias, niños y niñas a procesos literarios.	Acompañamiento en la realización de procesos de lectura, acercamiento a la programación del CDCM y espacios de encuentro diferentes a su institución.	Un proceso de lectura integral en el cual no sólo se cuenta con los niños participantes, sino que se vinculan también sus padres para fortalecer la experiencia. Esto posibilita espacios adecuados y gratuitos de encuentro.

Aliados	Necesidades del Aliado	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Madres comunitarias	Formación que aporte nuevas experiencias e ideas a sus procesos.	Integración a espacios formativos y de intercambio de saberes.	Espacios de cualificación en los cuales fortalecen los procesos que realizan en cada uno de sus jardines, además de compartir sus experiencias con otras madres e integrar sus saberes.
William Rouge	Un espacio para compartir, proyectar e intercambiar sus ideas y experiencias de formación.	Espacio para su proyección e intercambio de saberes.	Un espacio consolidado de ciudad con reconocimiento de la comunidad en el cual, además de compartir sus saberes, se podrán retroalimentar.
Entre Viñetas	Proyectar sus procesos formativos y creativos, aportando la exploración de otras formas de narrar.	Espacio para su proyección e intercambio de saberes.	Un espacio consolidado de ciudad con reconocimiento en la comunidad en el cual, además, de compartir sus procesos, se podrán retroalimentar. Espacios de exposición gratuitos.
Fomento a la lectura Comfenalco	Intercambiar saberes, espacios de formación y estrategias para la realización de programas.	Intercambio de saberes y experiencias.	Metodologías y estrategias pensadas desde el reconocimiento del contexto en el cual se encuentra la comunidad del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.
Secretaría de Cultura - Medellín			
Otras secretarías			
Equipo de trabajo			

Aliados	Necesidades del Aliado	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
La Tercera Mirada	Ser reconocida en su labor como consultora y asesora para organizaciones y empresas	Comprar un servicio de sistematización y planeación estratégica	Un proyecto modelo en la ciudad y en el mundo con el cual trabajar.
Fundaciones/ ONGs	Aliados estratégicos.	Infraestructura física.	Espacio ubicado estratégicamente.

Anexo 7. Propuestas de valor para los Clientes

Clientes	Necesidades del Cliente	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Corporación Con-vivamos	Incidir en la Comuna 4.	Procesos con diferentes grupos poblacionales.	El proceso Ellas Crean Moravia con 2 años de sensibilización.
Red Feminista Antimilitarista	Incidir en las mujeres de la Comuna 4.	Procesos con diferentes grupos poblacionales.	El proceso Juntas Podemos con dos años de sensibilización.
Corporacion Mundo urbano	Realizar acciones de articulación en la Comuna 4 con el proceso de laboratorio audiovisual del CDCMoravia.	Procesos con diferentes grupos poblacionales.	Varios grupos poblacionales que pueden recibir estos procesos con énfasis en comunicaciones.

Clientes	Necesidades del Cliente	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Colectivo la Mucura	Resaltar los procesos de gestión cultural y artística de la Comuna 4.	Procesos con diferentes grupos poblacionales.	El proceso Ellas Crean Moravia con 2 años de sensibilización.
Comfenalco Antioquia	Impulsar programas en beneficio de la comunidad activa. Ejecutar recursos de obligatoriedad.	Un espacio para el desarrollo de sus procesos e intencionalidades respecto a temas de cultura, formación de públicos y bienestar general de las comunidades. Un espacio para el encuentro, la formación de públicos y la compensación familiar con enfoque creativo. Ejecución de obligatoriedad con capacidad instalada y pertinencia territorial.	Infraestructura y equipo humano idóneo. Un lugar comunitario privilegiado y equipado.Apertura cultural.
Alcaldía de Medellín	Un operador de procesos comunitarios.	Un espacio para promover y fortalecer el campo cultural, artístico y social.	Profesionales idóneos, aptos para los desafíos y la creación comunitaria.
Exploratorio	Encontrar nuevas formas de descubrir la lectura a través del diálogo de saberes.	Contenidos, metodologías y experiencias enfocadas en la lectura del contexto.	Exploración de la mediación de lectura desde un espacio que fortalece sus procesos a través del reconocimiento del contexto.

Clientes	Necesidades del Cliente	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Fomento a la lectura Comfenalco	Acercamiento a nuevas metodologías para la realización y sistematización de experiencias con las comunidades.	Contenidos, metodologías y experiencias significativas enfocadas en la lectura.	Metodologías y estrategias pensadas desde el reconocimiento del contexto en el cual se encuentra la comunidad del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia. Una visión de la mediación en lectura desde un centro cultural.
Fiesta del Libro y La Cultura	Conocimiento de otras experiencias de lectura con comunidades particulares como la del Centro de Desarrollo Cultural de Moravia.	Contenidos, experiencias y procesos lectores enfocados en el contexto y con un material estético seleccionado.	
Taller de letras	Acercamiento a nuevas metodologías para la realización de sus programas.	Contenidos, metodologías y experiencias. Espacios de proyección.	Un espacio consolidado de ciudad con reconocimiento en la comunidad en el cual, además de compartir sus procesos, se podrán retroalimentar. Espacios de exposición gratuitos.
Casas de cultura	Generación de procesos lectores.	Contenidos, metodologías, experiencias y acompañamiento en la generación de procesos lectores.	Personal cualificado y con experiencia que de manera gratuita podrá acompañar la creación de procesos de lectura de calidad.
Instituciones educativas de Moravia	Creación de espacios que reconcilien a los jóvenes con la lectura.	Espacios y estrategias no convencionales para acercar a los jóvenes a la lectura.	Personal cualificado y con experiencia que de manera gratuita pueda acompañar la creación de procesos de lectura de calidad, así como ofrecer espacios adecuados para el encuentro de estos procesos.

Clientes	Necesidades del Cliente	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Secretaría de Cultura - Medellín	Ejecución de actividades del plan de gobierno de la Alcaldía Municipal.	Construcción conjunta para un proyecto cultura.l	
Otras secretarías	Generar impacto social.	Presencia territorial.	Único Centro Cultural de la Ciudad.

Anexo 8. Propuestas de valor para los participantes

Participantes	Necesidades del Participante	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Comunidades activas (mujeres, jóvenes, NN y líderes en general)	Considerar un espacio para el encuentro y la reflexión	Espacio, logística, materiales, acompañamiento y espacios de retroalimentación para considerar aprendizajes y retos cada año.	Todas las comunidades activas están interesadas en participar, en transformar su entorno y lograr incidencia política. El área comunitaria considera recursos para fortalecer estos procesos.
Líderes enlace (Gloria Ospina y Orley Mazo)	Reconocimiento de su labor.	Reconocimiento a su labor.	El Centro Cultural cuenta con estos líderes enlace desde su apertura hace 10 años.
Instituciones Educativas de la comuna 4	Participar de los procesos que tiene el área comunitaria (en especial en temas con jóvenes y	La intención de fortalecer un proceso para jóvenes denominado Parche C4.	Acompañamiento desde el área comunitaria.

Participantes	Necesidades del Participante	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
	jóvenes adultos).		
Habitantes de la Comuna 4 y la ciudad	Conocer los procesos del área comunitaria. Descubrir, disfrutar y habitar el CDCM.	Procesos desde el área comunitaria con dos años de fortalecimiento. Un espacio abierto para el disfrute y el aprendizaje.	Espacio para el encuentro y la transformación desde lo social y la incidencia política. Una agenda variada y rica en contenidos.
Visitantes de la ciudad	Descubrir espacios diferentes de agenda cultural.	Una agenda acorde a las dinámicas culturales y artísticas de la ciudad, en un contexto diferente.	Una agenda constante, rica en contenidos para todas las edades y con acceso gratuito.
Artistas en general	Conocer el espacio, sus dinámicas y las posibilidades que éste puede darles.	Oportunidad de proyección.	Oportunidad para proyectarse.
Jóvenes interesados en la creación audiovisual	Espacios de formación audiovisual distintos a centros universitarios.	Profesionales destacados en la creación cinematográfica. Un laboratorio audiovisual y un auditorio con especificaciones técnicas adecuadas para la proyección.	Un espacio de encuentro y oportunidades formativas sin restricciones y con entrada libre. Un laboratorio audiovisual equipado. Profesionales con experiencias en las áreas afines.
Músicos cercanos al CDCM	Un espacio de encuentro y de formación permanente distinto a centros universitarios.	Laboratorio Sonar que busca la profesionalización y la integración de diversas experiencias relacionadas con la música.	Profesionales que permitan la exploración musical y un espacio apto para la producción musical sin ningún costo.
Artistas plásticos cercanos	Espacios expositivos y comunitarios para las	Apoyo estratégico y aportes monetarios según sea el caso.	Un espacio expositivo con público comunitario nacional e internacional.

Participantes	Necesidades del Participante	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
	prácticas artísticas.		
Artistas escénicos y de clown	Un espacio para la proyección artística de sus habilidades. Profesionales que se encarguen de la formación.	Escenarios, contactos y enlaces profesionales. Espacios de ensayo.	Lugares de exhibición y con proyección de ciudad. Apoyo económico para el fortalecimiento.
Artistas e interesados en la percusión	Un espacio para la proyección artística de sus habilidades. Profesionales que se encarguen de la formación.	Escenarios, contactos y enlaces profesionales. Instrumentos.	En Medellín no existen procesos similares que propendan por la formación en percusión tradicional gratuita, instrumentos o escenarios de ciudad. Apoyo económico para el fortalecimiento.
Practicantes de capoeira	Un espacio para la proyección artística de sus habilidades. Profesionales que se encarguen de la formación.	Escenarios, contactos y enlaces profesionales para la práctica de la capoeira como un arte marcial que se acerca a lo escénico.	En Medellín no existen procesos similares que propendan por la formación en capoeira. Apoyo económico para el fortalecimiento.
Niños	Espacios no cotidianos de encuentro con el otro y de acercamiento a la lectura.	Brindamos una posibilidad de acercarse de diferentes formas a la lectura.	Programas pensados particularmente para los niños que permitan ver la lectura como una nueva posibilidad de reconocer su entorno y a ellos mismos en un espacio cercano y accesible.
Jóvenes	Espacios de expresión y reflexión que aportan a los procesos de construcción de su subjetividad.	Una posibilidad de acercarse de varias formas a la lectura, encontrando en ella diferentes maneras de reflexionarse.	Programas pensados para permitir la reflexión y expresión, por medio de la lectura como una nueva posibilidad de reconocer su entorno y a ellos mismos en un espacio cercano y accesible.

Participantes	Necesidades del Participante	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
Adultos	Espacios de encuentro para propiciar su reconocimiento a través del diálogo.	Una posibilidad de acercarse de diferentes formas a la lectura, permitiendo encuentros y diálogos con el otro.	Programas pensados para la proyección de habilidades de los participantes que cuentan con acompañamiento y cualificación permanente además de tener la posibilidad de integrarse con artistas o procesos conocidos para sus creaciones.
Adultos mayores	Espacios para compartir sus saberes y experiencias puestas en diálogo con la lectura.	Una posibilidad de acercarse de diferentes formas a la lectura y compartir sus saberes y experiencias.	
Ludoteca	Material bibliográfico, otros espacios de formación y encuentro.	Acercarse a una colección de literatura que permita el fortalecimiento de sus procesos además de disponer de espacios para la formación y el encuentro.	Diferente del material bibliográfico de calidad, además de la posibilidad de conocer estrategias de mediación para el mismo de manera gratuita.
Secretaría de Cultura - Medellín	Funcionamiento de la Secretaría de Cultura.		
Órganos de control	Vigilar y controlar los recursos públicos.	Información verás.	Manejo de recursos públicos por 10 años.
Proveedores	Ser contratados (trabajo - servicios).	Organización seria para trabajar con contratos legalmente constituidos.	Capacidad instalada.
Equipo de trabajo			
Entidades adscritas	Tener un espacio para el desarrollo de sus	Aliados, no solo posibilitadores de recurso.	Ubicación y disposición del espacio.

Participantes	Necesidades del Participante	¿Qué le ofrecemos desde el área?	¿Qué de lo que le ofrecemos desde el área es único y diferente?
	actividades y procesos.		

Anexo 9. Matriz de funciones y macroprocesos

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
SOPORTE ADMINISTRATIVO	**Seguimiento coberturas**	**Mantener vigente la visión y la estrategia**	
SOPORTE ADMINISTRATIVO	**Apoyo administrativo**	**Mantener vigente la visión y la estrategia**	
SOPORTE ADMINISTRATIVO	**Seguimiento a la contratación**	**Gestionar el talento humano**	**Orden de servicios, verificación de la prestación del servicio, pago al servicio prestado**
SOPORTE ADMINISTRATIVO	**Apoyo administrativo de la caja**	**Mantener vigente la visión y la estrategia**	
SOPORTE ADMINISTRATIVO	**Gestión humana**	**Gestionar el talento humano**	
SOPORTE ADMINISTRATIVO	**Solicitud de recursos, proveedores, materiales.**	**Gestionar los recursos de forma sostenible**	
SOPORTE ADMINISTRATIVO	**Mercadeo y relaciones corporativos**	**Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.**	

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
SOPORTE LEGAL	Soporte jurídico	Mantener vigente la visión y la estrategia	
SOPORTE LEGAL	Jurídica (asesoría y acompañamiento)	Mantener vigente la visión y la estrategia	
SOPORTE LEGAL	Consecución convenio	Mantener vigente la visión y la estrategia	
SOPORTE LEGAL	Procesos jurídicos	Mantener vigente la visión y la estrategia	
SOPORTE LEGAL	Consecución convenio	Mantener vigente la visión y la estrategia	
SOPORTE FINANCIERO	Seguimiento al presupuesto	Gestionar los recursos de forma sostenible	
SOPORTE FINANCIERO	Financiera y contabilidad	Gestionar los recursos de forma sostenible	
SOPORTE FINANCIERO	Recurso - triada	Gestionar los recursos de forma sostenible	
SOPORTE FINANCIERO	Seguimiento contratación	Gestionar el talento humano	
SOPORTE FINANCIERO	Optimizar el recurso y revisar la evaluación financiera	Gestionar los recursos de forma sostenible	
SOPORTE FINANCIERO	Gestión de pagos de servicios	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	
SOPORTE MISIONAL	Triada	Mantener vigente la visión y la estrategia	

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
SOPORTE MISIONAL	Logístico	Gestionar el talento humano	
SOPORTE MISIONAL	Promotores	Gestionar el talento humano	
SOPORTE MISIONAL	Auxiliares administrativos	Gestionar el talento humano	
SOPORTE MISIONAL	Proveedores, asesores temáticos y metodológico	Mantener vigente la visión y la estrategia	
SOPORTE MISIONAL	Talento humano	Gestionar el talento humano	Identificar capacidades: perfiles, cargos (revisión), capacitación para cerrar brechas, cargas de trabajo
SOPORTE MISIONAL	Propuesta técnica y financiera	Mantener vigente la visión y la estrategia	Planeación, proyección, evaluación, seguimiento
SOPORTE MISIONAL	Propuesta técnica y financiera	Mantener vigente la visión y la estrategia	Facturas e informes alcaldía
SOPORTE MISIONAL	Coordinación y seguimiento	Mantener vigente la visión y la estrategia	Seguimiento mensual de ejecución financiera y programática
SOPORTE MISIONAL	Coordinación y seguimiento	Mantener vigente la visión y la estrategia	Gestión técnica convenio
SOPORTE MISIONAL	Coordinación y seguimiento	Mantener vigente la visión y la estrategia	Recursos financieros 70% Alcaldía y 30% Comfenalco
SOPORTE OPERACIÓN	Contratación de docentes y proveedores	Gestionar el talento humano	Solicitudes de pedidos para proyectos
SOPORTE OPERACIÓN	Contratación de docentes y proveedores	Gestionar el talento humano	Solicitar la documentación a proveedores

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
SOPORTE OPERACIÓN	Gestión del recurso físico y materiales	Gestionar los recursos de forma sostenible	Solicitud de materiales
SOPORTE OPERACIÓN	Gestión del recurso físico y materiales	Gestionar los recursos de forma sostenible	Revisión del cronograma de muestras y exposiciones ya concretadas
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Espacios disponibles
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Montaje de eventos
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Organizar logística de cada uno de los eventos
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Adecuación de los espacios
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Espacios disponibles "la casa"
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Revisión de horarios - cronograma general del CDCM
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Disposición de espacios
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Espacios de trabajo
SOPORTE OPERACIÓN	Soporte logístico	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Mantenimiento de espacios
SOPORTE OPERACIÓN	Infraestructura y tecnología	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	solicitud de equipos audiovisuales

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
SOPORTE OPERACIÓN	Infraestructura y tecnología	Gestionar la infraestructura física y tecnológica	Acondicionamiento y mantenimiento muestras/exposiciones
SOPORTE OPERACIÓN	Seguimiento a presupuestos de actividades y proyectos	Gestionar los recursos de forma sostenible	
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación con los docentes		
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relacionamiento con otros procesos que benefician a los públicos que atendemos	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación con medios comunitarios y de ciudad	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Comunicación: lenguaje unificado con los aliados, prestadores de servicios y quienes comuniquen cosas del CDCM
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación con medios comunitarios y de ciudad	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Comunicación asertiva con nosotros y los otros
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación con medios comunitarios y de ciudad	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Utilización de lenguaje incluyente con y para las diversidades
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación con medios comunitarios y de ciudad	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Piezas comunicativas CDCM
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación con Instituciones Educativas	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación comunidad participante	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Vinculo con actores claves identificados por el CDCM

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación comunidad participante	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Encontrar otros actores claves del territorio no "visibles" aún para el CDCM
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación comunidad participante	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Relación con habitantes de Moravia
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relación comunidad participante	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Lectura de contexto
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Articulación con actores clave - comuna 4	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Conocer expectativas de los aliados estratégicos
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Articulación con actores clave - comuna 5	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Articulación con diferentes procesos - organizaciones
RELACIÓN CON EL ENTORNO	Relaciones con entidades culturales (comuna - ciudad)	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Reuniones con aliados estratégicos
PROCESOS MISIONALES	Memoria Barrial	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Planeación de contenidos y estrategia al centro de memoria barrial
PROCESOS MISIONALES	Memoria Barrial	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Gestión de articulación institucional con pares acá definidos que apoyen a procesos de memoria
PROCESOS MISIONALES	Memoria Barrial	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de	Investigaciones memoria barrial

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
		proyectos	
PROCESOS MISIONALES	Memoria Barrial	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Acompañamiento proyectos de investigación en memoria barrial
PROCESOS MISIONALES	Memoria Barrial	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Generación de contenidos de memoria aprendizajes
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Leer, medir y aprender	Diagnóstico
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Leer, medir y aprender	Diagnosticar "lo que hay" "lo que falta" memoria
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Leer, medir y aprender	Planeación estratégica
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Leer, medir y aprender	Planeación, ejecución y evaluación
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Leer, medir y aprender	Planeación colaborativa
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y	Leer, medir y aprender	Fichas técnicas

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
	estratégico		
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Leer, medir y aprender	Seguimiento a los procesos
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Mantener vigente la visión y la estrategia	Diseño de contenidos por áreas
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Creación de metodologías
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Pensar
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Ejecutar
PROCESOS MISIONALES	Planeación, seguimiento y evaluación colectivo y estratégico	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Devolución
PROCESOS MISIONALES	Apuesta pedagógica #Aprendiendo juntos	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Estrategia formativa

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
PROCESOS MISIONALES	Apuesta pedagógica #Aprendiendo juntos	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Colaboratorio pedagógico, grupos pedagógicos
PROCESOS MISIONALES	Apuesta pedagógica #Aprendiendo juntos	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Co-creación de contenidos/ Conceptualizar
PROCESOS MISIONALES	Apuesta pedagógica #Aprendiendo juntos	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Fortalecimiento de los procesos pedagógicos a partir de relaciones con otros procesos
PROCESOS MISIONALES	Apuesta pedagógica #Aprendiendo juntos	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Sistematización y conceptualización a partir de la experiencia
PROCESOS MISIONALES	Apuesta pedagógica #Aprendiendo juntos	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Fortalecimiento pedagógicos a los docentes
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Articulación con actores
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Articulación con medios comunitarios de comunicación
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Encuentros con líderes

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Articular
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Convocar
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Gestionar
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Articulaciones con diferentes actores de procesos
PROCESOS MISIONALES	Gestión alianzas	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Articulación con áreas de la triada
PROCESOS MISIONALES	Gestión del mapa relacional	Gestión de alianzas, articulación e intercambio institucional y territorial.	Diálogo contexto territorio y comunidad
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Construcción colectiva de conocimiento en y desde el CDCM
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Leer, medir y aprender	Sistematización y registro constante de actividades, procesos y acciones

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Leer, medir y aprender	Escribir
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Leer, medir y aprender	Lectura de contexto
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Generar contenido para la ejecución académica
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Mantener vigente la visión y la estrategia	Programar el servicio formativo
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Mantener vigente la visión y la estrategia	Programación y mediación pedagógica planeación - ejecución - evaluación
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Documentación colaborativa
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Mantener vigente la visión y la estrategia	Construcción metodológica colectiva
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Leer, medir y aprender	Lectura de territorio
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Construcción narrativas colectivas
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de	Conceptualizar memorias, territorios, diálogos (P-P-F), Narrativas

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
		proyectos	
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Vincular los procesos de memoria a procesos de formación
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	Vincular los procesos de memoria a comunicaciones
PROCESOS MISIONALES	Gestión de conocimiento	Leer, medir y aprender	Sistematizar la información
PROCESOS MISIONALES	Estrategia comunicación	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Comunicación para el desarrollo
PROCESOS MISIONALES	Estrategia comunicación	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Comunicación transversal entre áreas
PROCESOS MISIONALES	Estrategia comunicación	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Concertar con acciones sobre las campañas de difusión
PROCESOS MISIONALES	Estrategia comunicación	Divulgar los resultados: comunicación y mercadeo que divulgue los resultados y contenidos.	Difusión de lo que se hace hacia afuera y hacia adentro

EJE	FUNCIÓN	Línea del macroproceso	DESGLOSE DE LA FUNCIÓN (en caso de que aplique)
PROCESOS MISIONALES	Generación de contenidos a partir de procesos de formación: Costurero - Pintura	Generar productos y servicios alrededor del arte y la cultura: formulación y ejecución de proyectos	
PROCESOS MISIONALES	Revisión de la ejecución presupuestal y la ejecución real	Mantener vigente la visión y la estrategia	
PROCESOS MISIONALES	Articulación interna	Mantener vigente la visión y la estrategia	Comité académico
PROCESOS MISIONALES	Articulación interna	Mantener vigente la visión y la estrategia	Puesta en común de las propuestas recibidas para prácticas artísticas
PROCESOS MISIONALES	Articulación interna	Mantener vigente la visión y la estrategia	Pedagógicos
PROCESOS MISIONALES	Articulación interna	Mantener vigente la visión y la estrategia	Grupos primarios
PROCESOS MISIONALES	Articulación interna	Mantener vigente la visión y la estrategia	Acompañamiento a otros procesos de CDCM
PROCESOS MISIONALES	Articulación interna	Mantener vigente la visión y la estrategia	Tener una plataforma estratégica que sea conocida por la comunidad (Cultura y transformación)

Anexo 10. Sugerencias a Productos y servicios del CDCM

Servicios	¿Qué tienen?	¿Qué les falta?	¿Qué podrían ofrecer?
Prácticas artísticas en comunidad	**Activación motolab: Equipos - Logística**	**Involucrar otras prácticas o saberes (tecnologías, ciencias exactas, filosofía, etc.) abordarlos a través de los códigos propios de las prácticas artísticas**	**Laboratorios de experimentación en comunidad**
Procesos de lectura	**Oralidad**	**Documentación en tiempo real: sistematización soportada en los formatos propios de la naturaleza creativa del Centro**	**Booksprint: socialización y retroalimentación constante de los procesos creativos que emergen en Moravia a través del Centro Cultural**
	Procesos de escritura		
Encuentros pedagógicos	**Cursos de formación**	**Orientar las prácticas artísticas y culturales hacia el desarrollo de nuevas formas de adaptación a los contextos que mejoran la calidad de vida y la relación con el entorno**	**Coloquios comunitarios: encuentros constantes con los participantes para dialogar acerca de la incidencia de los procesos de formación en su vida y contexto**
	Procesos formativos de "calidad"		
	Procesos formativos por áreas: Teatro y afines - Danza - Música - Artes integradas - Formación para la ciudadanía - Formación ambiental - Artes plásticas y visuales - Lectura		
	Formación artística y cultural		

Servicios	¿Qué tienen?	¿Qué les falta?	¿Qué podrían ofrecer?
Mapa relacional	Fichas (how to) en construcción	Diseñar activaciones constantes dirigidas a los públicos de las redes sociales a fin de circular la voz del CDCM a través de los nuevos medios	
	Revista qué pasa		
	Fotografía (banco)		
	Recursos gráficos (banco)		
Becas y estímulos a la creación		Incentivar las crowdfunding, como modelo colaborativo para la financiación de proyectos	
Grupos de proyección y semilleros		Ser conscientes de los rizomas que genera el CDCM	Grupos de investigación certificados
Intercambios culturales		Involucrar a los grupos de interés propuestos como cooperantes, fundaciones	
Gestión ambiental	Reflexiones y acciones socio ambientales - Palo de lluvia		Redes ambientales
Gestión comunitaria			Redes comunitarias
Creación y apreciación cinematográfica			Redes de cinefilos en Moravia
Atención al usuario	Atención a la comunidad	Matrices con manual de	

Servicios	¿Qué tienen?	¿Qué les falta?	¿Qué podrían ofrecer?
	Recepción de materiales	procedimientos	
	Atención al público interesado en procesos de creación		
Conversatorios	Foros - seminarios	Debatir, documentar y sistematizar en vivo Establecer fechas permanentes para el desarrollo de los conversatorios	*Conversaciones memorables abiertas y localizables en la red *CDCM como espera pública del Medellín
Talento humano (formación)		Volver un aliado a cada persona que haya sido parte del equipo de trabajo del CDCM	Red de talentos internos del CDCM
Agenda artística cultural	Eventos y presentaciones artísticas	Eventos dirigidos a la formación como participantes y no solo como público, a fin de romper el esquema del "cubo blanco" o "caja negra" que provocan las exposiciones y los eventos	Plataformas para la discusión y la reflexión in-situ sobre lo visto. Agenda artística que promueve la interacción entre el "espectáculo" y el espectador (mejor denominado, participante)
	Exposiciones		
	Eventos de gran formato		
	Eventos especiales		
	Espacios expositivos		
Productos de memoria barrial	Ejecutar actividades de memoria en el barrio	Diversificar las plataformas de exposición y/o documentación de las memorias barriales	Lazos comunicantes: relatos de las narrativas echos a la medida del espectador
	Participantes		

Servicios	¿Qué tienen?	¿Qué les falta?	¿Qué podrían ofrecer?
	Oraloteca		
	De visita		
	De borondo		